

**PENGARUH KOREAN WAVE, FANATISME DAN PERILAKU FAN
ENTREPRENEURSHIP TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA**
(Studi Kasus pada penggemar *K-Pop* di Komunitas *NCTzen* Purwokerto)



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

ANI AZIZAH

NIM. 214110201141

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K. H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO**

2025

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ani Azizah
NIM : 214110201141
Jenjang : S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Ekonomi dan keuangan Syariah
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Budaya *Korean Wave*, Fanatisme dan Perilaku *Fan Entrepreneurship* Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Penggemar *K-Pop* di Komunitas *NCTzen* Purwokerto)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 15 April 2025

Saya yang menyatakan



Ani Azizah

NIM. 214110201141



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

PENGARUH *KOREAN WAVE*, FANATISME DAN PERILAKU *FAN ENTREPRENEURSHIP* TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA (STUDI KASUS PADA PENGGEMAR *K-POP* DI KOMUNITAS *NCTZEN* PURWOKERTO)

Yang disusun oleh Saudara **Ani Azizah NIM 214110201141** Program Studi **S-1 Ekonomi Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis, 22 Mei 2025** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. H. Sochimam, L.c., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

Sekretaris Sidang/Penguji

H. Kholilur Rahman, L.c., M.A.
NIDN. 2016068203

Pembimbing/Penguji

Umdah Aulia Rohmah, M.H.
NIP. 19930421 202012 2 015

Purwokerto, 24 Mei 2025

Mengesahkan
Dekan,



Prof. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
di –
Purwokerto

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, melakukan telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari Saudari Ani Azizah NIM 214110201141 yang berjudul:

**PENGARUH KOREAN WAVE, FANATISME DAN PERILAKU FAN
ENTREPRENEURSHIP TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA**

(Studi Kasus pada penggemar K-Pop di Komunitas NCTzen Purwokerto)

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam ilmu Ekonomi Syariah (S.E)

Wassalamualaikum Wr. Wb

Purwokerto, 15 April 2025

Saya yang menyatakan



Umdah Aulia Rohmah, M.H.
NIP. 19930421 202012 2 015

MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan”

-Al Insyirah : 6

“I don't blame it anyone or any environment. I think it was just in me, but now I'm just accepting how imperfect life and imperfect I am, and trying to just find things that can help me become as close as to that perfection as I think of.”

-Mark lee



**PENGARUH KOREAN WAVE, FANATISME DAN PERILAKU FAN
ENTREPRENEURSHIP TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA (STUDI
KASUS PADA PENGGEMAR K-POP DI KOMUNITAS NCTZEN
PURWOKERTO)**

Ani Azizah
214110201141

E-mail: aniazizah173@gmail.com

Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Korean wave berhasil mendunia dan membuat banyak orang tertarik dengan budayanya termasuk di Indonesia. Sebagai penggemar tentu merasa senang melihat konten yang disuguhkan, namun kenyataannya seorang penggemar juga menginginkan hal-hal yang berkaitan dengan idolanya untuk menambah kepuasan seperti menonton konser atau *fan meeting*, membeli *merchandise*, membeli barang yang digunakan idolanya, dan lain sebagainya. Anggota Komunitas *NCTzen* Purwokerto merasakan hal yang serupa, namun uniknya karena *NCT* memiliki banyak *unit* dan *member* sehingga *NCTzen* bisa memiliki idola lebih dari satu yang membuat keinginan mengikuti idolanya lebih banyak, selain itu komunitas ini sering kali mengadakan *event* yang membuat *NCTzen* ingin terus mengikutinya. Hal tersebut membuat *NCTzen* harus memiliki uang lebih untuk memenuhi keinginannya. Berdasarkan banyaknya peminat *Korean wave* maka dapat memunculkan peluang usaha yang menjanjikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Korean wave*, fanatisme dan perilaku *fan entrepreneurship* terhadap minat berwirausaha penggemar *K-pop* di komunitas *NCTzen* Purwokerto.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang *NCTzen* yang tergabung dalam Komunitas *NCTzen* Purwokerto. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuesioner dalam bentuk *google form*. Analisis yang digunakan untuk mengolah data dalam penelitian ini yaitu uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji F.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel *Korean wave* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, variabel fanatisme tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, dan variabel perilaku *fan entrepreneurship* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Secara simultan variabel *Korean wave*, fanatisme dan perilaku *fan entrepreneurship* berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Kata Kunci: *Korean wave*, Fanatisme, Perilaku *Fan Entrepreneurship*, Minat Berwirausaha

**THE INFLUENCE OF KOREAN WAVE, FANATICISM AND FAN
ENTREPRENEURSHIP BEHAVIOR ON ENTREPRENEURIAL INTEREST
(CASE STUDY ON K-POP FANS IN THE NCTZEN COMMUNITY
PURWOKERTO)**

Ani Azizah

214110201141

E-mail: aniazizah173@gmail.com

Sharia Economics Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business
Prof. K. H. Saifuddin Zuhri State Islamic University Purwokerto

ABSTRACT

The Korean wave has managed to go global and make many people interested in its culture, including in Indonesia. As a fan, of course, it feels good to see the content presented, but in reality a fan also wants things related to his idol to increase satisfaction such as watching concerts or fan meetings, buying merchandise, buying items used by his idol, and so on. NCTzen Purwokerto Community members feel the same way, but uniquely because NCT has many units and members so NCTzen can have more than one idol which makes the desire to follow their idols more, besides this community often holds events that make NCTzen want to keep following it. This makes NCTzen have to have more money to fulfill their desires. Based on the large number of Korean wave enthusiasts, it can create promising business opportunities. This study aims to determine the effect of Korean wave, fanaticism and fan entrepreneurship behavior on the entrepreneurial interest of K-pop fans in the NCTzen Purwokerto community.

This research uses quantitative methods with a sample size of 100 NCTzen who are members of the NCTzen Community Purwokerto. The sampling technique in this study used non-probability sampling with purposive sampling method. The data collection technique was carried out by distributing questionnaires in the form of google forms. The analysis used to process the data in this study is validity and reliability test, classical assumption test, multiple linear regression, coefficient of determination, t test and F test

The results of this study indicate that partially the Korean wave variable has a significant effect on entrepreneurial interest, the fanaticism variable has no significant effect on entrepreneurial interest, and the fan entrepreneurship behavior variable has significant effect on entrepreneurial interest. Simultaneously Korean wave variables, fanaticism and fan entrepreneurship behavior affect the interest in entrepreneurship.

Keywords: Korean wave, Fanaticism, Fan Entrepreneurship Behavior, Entrepreneurial Interest

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB – INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor : 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987.

A. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	ta'	t	te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ħ	<u>h</u>	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	zal	z	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	šad	<u>s</u>	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	<u>d</u>	de (dengan garis di bawah)
ط	ṭa	<u>t</u>	te (dengan garis di bawah)
ظ	za	<u>z</u>	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fa'	f	ef
ق	qaf	q	qi

ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	'el
م	mim	m	'em
ن	nun	n	'en
و	waw	w	w
ه	ha'	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	y	ye

B. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap.

عدة	ditulis	'iddah
-----	---------	--------

C. Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h.

حكمة	ditulis	Hikmah
جزية	ditulis	Jizyah

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

1. Bila diikuti dengankata sandang “al” serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	ditulis	Karâmah al-auliyâ'
----------------	---------	--------------------

2. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t

زكاة الفطر	ditulis	Zakât al-fiṭr
------------	---------	---------------

D. Vokal pendek

َ	Fathah	ditulis	a
ِ	Kasrah	ditulis	i
ُ	Dammah	ditulis	u

E. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	a
	جاهلية	ditulis	jâhiliyah
2.	Fathah + ya' mati	ditulis	a
	تانس	ditulis	tansa
3.	Kasrah + ya' mati	ditulis	i
	كريم	ditulis	karîm
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	u
	فروض	ditulis	furûd

F. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	ai
	بينكم	Ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	au
	قول	Ditulis	qaul

G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أنتم	ditulis	a'antum
أعدت	ditulis	u'iddat

H. Kata sandang alif + lam

1. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	ditulis	al-qiyâs
--------	---------	----------

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السماء	Ditulis	As-samâ
--------	---------	---------

- I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوى الفروض	Ditulis	Zawi al-furûd
------------	---------	---------------

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Korean Wave*, Fanatisme dan Perilaku *Fan Entrepreneurship* Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Penggemar *K-Pop* di Komunitas *NCTzen* Purwokerto)”. Shalawat serta salam penulis kirimkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman jahiliyyah menuju zaman yang terang – benderang penuh ilmu pengetahuan.

Skripsi ini ditulis untuk diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selalu Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Suwito, M.Ag., selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sul Khan Chakim, M.M., selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag., selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Prof. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

7. Prof. Dr. H. Tutuk Ningsih, M.Pd., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dr. H. Chandra Warsito, S.TP., S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Dr. Ahmad Dahlan, M.SI., Selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Dr. Sochimim, Lc., M.Si. Selaku Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Umdah Aulia Rohmah, M.H., Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang memberikan pengetahuan, bimbingan arahan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
13. Kedua orang tua tercinta Bapak Muhammad Maskuri dan Ibu Mar'ah yang telah merawat, mendidik, mendukung, serta mendoakan penulis selama ini. Semoga selalu diberikan kesehatan, perlindungan dan rezeki yang berlimpah oleh Allah SWT.
14. Adik tersayang Azam Al Robbani yang selalu memberikan semangat, dukungan dan do'a kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
15. Sahabat tersayang Isna Nur Kholifah yang menjadi teman diskusi dan selalu memberikan dukungan, semangat, serta do'a selama proses penyusunan skripsi ini.
16. Teman – Teman PPL Bunad Food Isna, Vani, Putri, Nifa dan Rahma yang selalu memberikan dukungan, semangat, doa serta ilmu baru selama proses penyusunan skripsi ini.

17. Teman - Teman KKN Kelompok 28 Desa Sidarata Mba Isna, Aul, Rahma, Nanda, Pipit, Faiz, Zidan, Hasan dan Fuadi yang telah memberikan banyak pengalaman baru dan hiburan kepada penulis selama KKN, serta dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini.
18. Teman – Teman seperjuangan Ekonomi Syariah B 2021 yang sudah menemani penulis selama perkuliahan kurang lebih 4 tahun.
19. Teman – Teman BSI Scholarship yang telah memberikan banyak bantuan serta pengalaman baru selama kuliah.
20. Bank Syariah Indonesia yang telah memberikan bantuan biaya pendidikan kepada penulis selama kuliah.
21. *NCT* dan *Seventeen* yang sudah menjadi *support system* dan memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
22. *NCTzen* Purwokerto yang sudah membuat banyak event yang memberikan semangat kepada penulis serta kesediaan menjadi responden dalam penelitian ini.
23. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
24. Untuk diri sendiri, terimakasih atas kerja kerasnya sampai sejauh ini dalam dunia perkuliahan dan mengerjakan tugas akhir. Semoga kedepannya bisa lebih baik lagi dan sukses dunia akhirat.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak sempurna dan banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mohon maaf serta mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak agar skripsi ini lebih baik. Semoga skripsi ini bermanfaat dan berguna bagi penulis dan pembaca.

Purwokerto, 15 April 2025



Ani Azizah

NIM. 214110201141

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB – INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
D. Sistematika Pembahasan	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Kajian Teori	9
B. Kajian Pustaka.....	19
C. Landasan Teologis	25
D. Hipotesis.....	28
E. Kerangka Konseptual	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Jenis Penelitian.....	30
B. Tempat dan Waktu Penelitian	30
C. Populasi dan Sampel Penelitian	30
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	31
E. Pengumpulan Data Penelitian	33
F. Sumber Data.....	33
G. Skala Pengumpulan Data	34

H. Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	39
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	40
C. Hasil Penelitian	44
D. Pembahasan.....	56
BAB V PENUTUP.....	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN - LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Sosial Media dan Jumlah Pengikut Komunitas <i>NCTzen</i> Purwokerto dan Sekitarnya.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1 Indikator Penelitian	32
Tabel 3. 2 Pedoman Skala Likert	34
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	40
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	41
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden	41
Tabel 4. 4 Domisili Responden.....	42
Tabel 4. 5 Pengikut Sosial Media <i>NCTzen</i> Purwokerto.....	43
Tabel 4. 6 Pengalaman Berwirausaha Responden	44
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas X1 (<i>Korean wave</i>).....	45
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas X2 (Fanatisme).....	46
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas X3 (Perilaku Fan Entrepreneurship)	46
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Y (Minat Berwirausaha).....	47
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas	49
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas	50
Tabel 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	51
Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	52
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	53
Tabel 4. 17 Hasil Uji t.....	54
Tabel 4. 18 Hasil Uji F.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survei Pengeluaran Responden Untuk Menikmati Konten Hiburan Korea Selatan dalam Setahun Terakhir (Juni 2022)	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	29
Gambar 3.1 Logo Komunitas <i>NCTzen</i> Purwokerto	39
Gambar 4. 1 Kerangka Konseptual Hasil Penelitian.....	56



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara berkembang yang memiliki banyak penduduk dan kaya akan keanekaragaman. Jumlah penduduk Indonesia sekitar 270 juta orang, dimana cukup besar untuk dapat meningkatkan perekonomian nasional baik sebagai konsumen maupun produsen. Selain itu, sumber daya alam di Indonesia juga berlimpah termasuk keanekaragaman hayati, hasil hutan, hasil laut dan hasil tambang. Namun banyaknya potensi tersebut belum bisa dioptimalkan untuk membuat Indonesia menjadi negara maju dan masyarakatnya sejahtera. Sekarang ini masih banyak masalah yang dihadapi seperti kemiskinan, ketimpangan ekonomi dan pengangguran (Chaerunnisa et al., 2023).

Wirausaha menjadi salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam mendorong perekonomian nasional. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), terdapat lebih dari 56 juta wirausahawan di Indonesia pada pertengahan tahun 2023. Sayangnya, jumlah wirausahawan di Indonesia hanya 3,47% dari total populasi, tertinggal dari negara tetangga seperti Singapura (8,76%) dan Malaysia (4,7%). Jumlah wirausahawan muda di Indonesia berusia 20-29 tahun sebesar 6,1 juta atau hanya 11%, sedangkan wirausahawan berusia 50 tahun ke atas sebesar 23,9 juta atau 42% dari total wirausahawan di Indonesia, padahal saat ini Indonesia memiliki jumlah anak muda yang cukup banyak, dimana mereka dalam usia produktif dan berpotensi untuk berwirausaha yang dapat meningkatkan kesejahteraan dengan menciptakan lapangan pekerjaan, mengurangi pengangguran, dan meningkatkan pendapatan (Aisyahrani, 2024).

Globalisasi sekarang ini sudah merambah ke Indonesia yang dengan mudah dapat mempengaruhi kehidupan masyarakat. Seiring kemajuan teknologi, ekonomi kolaboratif yang didorong oleh internet dan digitalisasi menjadi semakin lazim dalam masyarakat, Selain itu, globalisasi juga berdampak pada masuknya budaya asing ke Indonesia seperti *Korean wave*

yang saat ini membuat masyarakat mau mengeluarkan uang untuk hal-hal yang mereka suka (Madaniya, 2024).

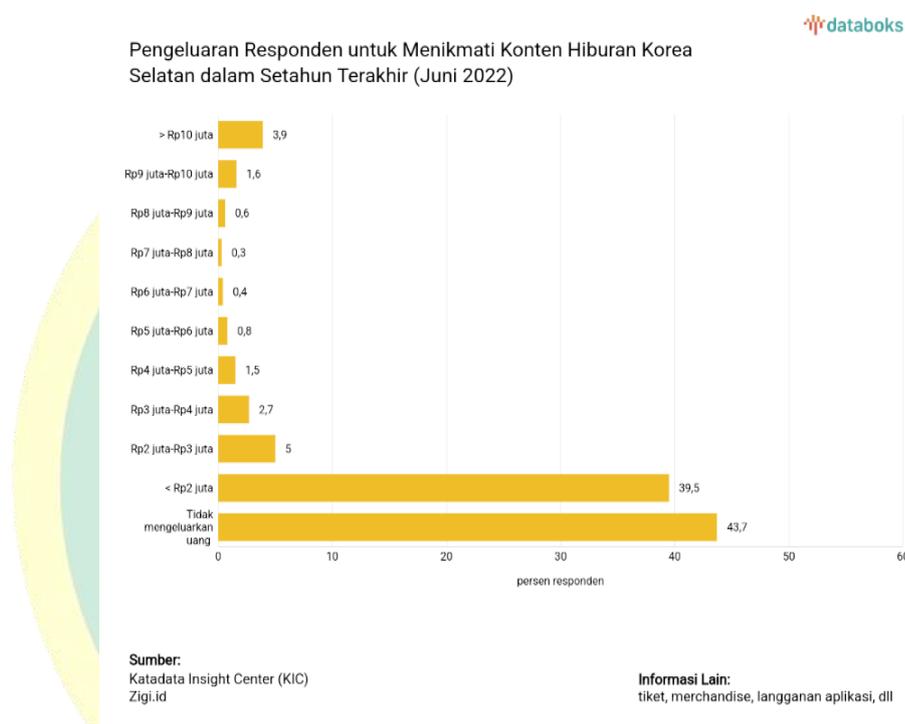
Istilah *Korean wave* menjadi populer karena penyebaran budaya pop Korea Selatan ke seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Drama, film, musik, serial televisi, acara budaya, makanan Korea, elektronik, *fashion*, gaya, dan bahkan kosmetik (*skincare* dan *make up*) adalah bagian dari *Korean wave* ini. Drama TV (*K-Drama*) dan musik (*K-Pop*) merupakan sumber utama dari *Korean wave* yang melanda Indonesia dan digemari oleh para remaja. Remaja di Indonesia tertarik pada *K-Drama* dan *K-Pop* karena genre ini dapat menawarkan pertunjukan yang khas, beragam, dan bahkan memasukkan aspek budaya Korea Selatan, yang dapat membantu Korea Selatan secara tidak langsung mempromosikan budayanya di luar negeri (Yuliawan & Subakti, 2022). Akses kegiatan tentang *K-Pop* juga sangat mudah karena sudah difasilitasi diberbagai media sosial. *Boyband* dan *girlband* Korea Selatan saat ini sangat digandrungi di kancah internasional, terutama di kalangan anak muda Indonesia. Penggemar dibuat terpicat oleh penampilan yang menarik dan atraktif, musik pop yang *catchy*, dan gerakan tari yang sesuai dengan lagu. Saat ini, *K-Pop* tidak hanya mencakup musik, tetapi juga seluruh budaya Korea seperti *K-Food*, *K-Beauty* dan *K-Fashion* termasuk didalamnya karena seorang idol menjadi *Brand Ambassador* dan mempromosikannya yang kemudian membuat penggemar juga tertarik terhadap produk tersebut (Valenciana & Pudjibudojo, 2022).

Kecintaan terhadap *K-Pop* dapat mengakibatkan perilaku fanatisme *K-Pop* yaitu kegiatan yang menggambarkan pemujaan dan dedikasi berlebihan yang ditunjukkan oleh para penggemar terhadap musik *K-Pop* dan idolanya. Pengabdian yang kuat dari para penggemar, dukungan yang teguh, dan hubungan emosional yang kuat dengan grup *K-Pop* atau idola favorit mereka adalah tanda tandanya. Mereka menginvestikan waktu, tenaga, dan uang untuk mendukung idola mereka dan mengikuti perkembangan idolanya. Fanatisme dalam hal ini juga menunjukkan pentingnya idola dalam kehidupan dan identitas seorang penggemar (Rahma & Fauzi, 2023).

Seorang penggemar tentunya ingin membeli hal-hal yang berhubungan dengan idolanya sebagai sarana untuk mengekspresikan diri dan sebagai sumber kegembiraan dan kepuasan agar mereka merasa semakin dekat dengan idolanya.

Gambar 1.1

Survei Pengeluaran Responden untuk Menikmati Konten Hiburan Korea Selatan dalam Setahun Terakhir (Juni 2022)



Sumber: katadata.co.id

Menurut survei Katadata Insight Center (KIC) terhadap 1.609 responden warga Indonesia penggemar hiburan Korea yang mayoritas respondennya adalah Gen Z dan Milenial, responden yang mengeluarkan uang paling banyak yaitu lebih dari Rp10 juta dalam setahun hanya 3,9% responden. Kemudian ada 39,5% yang mengeluarkan uang kurang dari Rp2 juta untuk menikmati konten artis Korea Selatan favoritnya. Sedangkan hampir setengah dari responden yaitu 43,7% mengaku tidak mengeluarkan uang sepeserpun untuk menikmati konten idolanya dalam setahun terakhir.

Secara rata-rata, dalam survei ini para penggemar hiburan Korea Selatan mengeluarkan biaya sekitar Rp. 1,3 juta setahun terakhir.

Berdasarkan kebiasaan penggemar yang selalu ingin menunjukkan rasa kagum mereka terhadap idolanya seperti menonton konser, membeli *merchandise*, mengikuti *fansign* dan langganan aplikasi, membuat para penggemar terdorong untuk mencoba menghasilkan lebih banyak uang, hal ini mengarah pada terciptanya peluang bisnis yang menjanjikan dan meningkatnya minat wirausaha mengingat saat ini banyak orang yang tertarik dengan produk-produk asal Korea Selatan, peluang tersebut dapat dimanfaatkan untuk berjualan *merchandise K-Pop*, *K-Food*, *K-Beauty*, *K-Fashion* ataupun menjadi *jastiper* dan *reseller*, karena sejatinya seorang penggemar lebih mengetahui kebutuhan dan keinginan penggemar lainnya, mereka juga akan lebih mengetahui tentang item *merchandise* terbaru, sebagaimana dijelaskan oleh Otmazgin (2018) dalam jurnalnya yang berjudul *Fan Entrepreneurship (Fandom, Agency and The Marketing of Hallyu in Israel)*, *fan entrepreneurship* merupakan kata yang digunakan untuk menggambarkan seorang *fans* yang sekaligus wirausahawan. Penggemar ini akan menyalurkan kesenangannya ke dalam sebuah proyek yang memungkinkannya untuk menghasilkan uang (Fildzah Masturah et al., 2021).

Ketertarikan pada kegiatan kewirausahaan dan memulai bisnis yang bermanfaat bagi lingkungan dan diri sendiri berarti memiliki minat berwirausaha (Deva Ningrum et al., 2022). Seseorang yang bersemangat tentang kewirausahaan secara alami akan menjadi wirausahawan untuk mendapatkan keuntungan finansial dan kesenangannya. Mereka juga secara alami akan memiliki rasa ingin tahu yang tinggi tentang kewirausahaan sehingga mempengaruhi kreativitas dan inovasi (Widhiastuti & Dewi, 2020).

Fandom yang juga dikenal sebagai komunitas penggemar merupakan hasil dari fenomena *K-Pop* di industri hiburan. Saat ini, di Purwokerto terdapat beberapa komunitas penggemar *K-Pop* seperti *NCTzen*

Purwokerto, *Exo-l* Purwokerto, *Carat* Purwokerto, *Army* Purwokerto, *Engene* Purwokerto, *MOA* Purwokerto, *Briize* Purwokerto, *My* Purwokerto, dan lain sebagainya (Linggarwati et al., 2021).

NCTzen merupakan nama *fandom* dari *NCT* (*Neo Culture Technology*). *NCT* terdiri dari beberapa unit yaitu *NCT U*, *NCT 127*, *NCT Dream*, *Wayv*, dan *NCT Wish* yang saat ini jumlah keseluruhan anggotanya 25 orang. *NCTzen* Purwokerto merupakan komunitas penggemar *boyband NCT* yang anggotanya berasal dari daerah Purwokerto dan sekitarnya. Komunitas ini sering melaksanakan *event* karena mengingat unit *NCT* yang banyak serta antusias para *NCTzen*. Berikut ini tabel mengenai perkembangan *NCTzen* Purwokerto dibandingkan dengan *NCTzen* daerah sekitarnya:

Tabel 1.1
Sosial Media dan Jumlah Pengikut Komunitas *NCTzen* Purwokerto dan Sekitarnya 2024

Daerah	WhatsApp Grup	Instagram	X
Purwokerto	489	3.111	668
Purbalingga	31	97	-
Banjarnegara	75	295	-
Cilacap	-	29	-

Sumber: WhatsApp, Instagram dan X

Data diatas menunjukkan bahwa penggemar boygrup *NCT* daerah Purwokerto dan sekitarnya yang paling banyak pengikutnya di sosial media adalah *NCTzen* Purwokerto, hal ini dikarenakan postingan di sosial media *NCTzen* Purwokerto lebih *up to date* dan terorganisir sehingga memudahkan *NCTzen* untuk mengakses informasi seputar kegiatan grup atau *event*, selain itu karena banyaknya *event* yang diselenggarakan oleh *NCTzen* Purwokerto dan kurangnya *event* yang diadakan oleh daerah lain sehingga membuat para *NCTzen* memilih mengikuti *event* di Purwokerto.

Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, yang pertama penelitian oleh W. Fildzan Masturah (2021) yang berjudul “Pengaruh *Korean wave* dan Perilaku *Fan Entrepreneurship* Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Manajemen USU Fakultas Ekonomi dan Bisnis)” menunjukkan bahwa *Korean wave* dan Perilaku *Fan Entrepreneurship* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Kemudian penelitian Shofwaties Annisa Lazzuarda (2021) mengenai “Peran Gelombang Korea (*Korean wave*) Terhadap *Creative Business* Masyarakat di Provinsi Jawa Timur” menyatakan bahwa *Korean wave* berperan positif terhadap terbentuknya *creative bussines*.

Penelitian Dewi Anggraeni (2021) berjudul “Tren Usaha *Merchandise K-Pop: Photocard Decoration*” menyatakan bahwa *K-Pop* sebagai bagian dari *Korean wave* meningkatkan minat berwirausaha. Selain itu, penelitian oleh Riski Febriana, Dkk (2023) mengenai “Pengaruh Perilaku Konsumtif Penggemar *K-Pop* pada Peluang Usaha dan Pajak Bea Cukai di Indonesia” juga menunjukkan bahwa *K-Pop* yang sekarang sedang digandrungi remaja yang merupakan bagian dari *Korean wave* mempengaruhi minat berwirausaha. Penelitian oleh Putri Aulia, Dkk (2024) berjudul “Pengaruh *Korean wave*, Perilaku *Fan Entrepreneurship* dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Penggemar *Armys.Luv* Kota Jambi” menyatakan bahwa *Korean wave* dan Perilaku *Fan Entrepreneurship* berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap minat berwirausaha.

Berdasarkan penelitian terdahulu, maka perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada subjek penelitian yang digunakan, dimana penelitian ini melibatkan responden dari berbagai golongan seperti, pelajar, mahasiswa, wirausahawan dan karyawan yang tergabung ke dalam komunitas *NCTzen* Purwokerto.

Melihat ketertarikan masyarakat Purwokerto dan sekitarnya terhadap *Korean wave* khususnya *K-Pop*, fenomena ini dapat memberikan peluang usaha yang menguntungkan. Melihat konteks permasalahan di atas,

maka peneliti ingin melakukan penelitian tentang **“Pengaruh *Korean Wave*, Fanatisme dan Perilaku *Fan Entrepreneurship* Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Penggemar *K-Pop* di Komunitas *NCTzen Purwokerto*)”**

B. Rumusan Masalah

Penulis dapat merumuskan masalah yang akan dibahas dalam proposal ini berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas secara spesifik, yaitu:

1. Apakah *Korean wave* berpengaruh terhadap minat berwirausaha?
2. Apakah fanatisme berpengaruh terhadap minat berwirausaha?
3. Apakah perilaku *fan entrepreneurship* berpengaruh terhadap minat berwirausaha?
4. Apakah *Korean wave*, fanatisme dan perilaku *fan entrepreneurship* berpengaruh terhadap minat berwirausaha?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh *Korean wave* terhadap minat berwirausaha
2. Menganalisis pengaruh fanatisme terhadap minat berwirausaha
3. Menganalisis pengaruh *fan entrepreneurship* terhadap minat berwirausaha
4. Menganalisis pengaruh *Korean wave*, fanatisme dan perilaku *fan entrepreneurship* berpengaruh terhadap minat berwirausaha

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan menambah pengetahuan mengenai pengaruh dari *Korean wave*, fanatisme dan perilaku *fan Entrepreneurship* terhadap minat berwirausaha

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pemahaman pembaca khususnya *K-Popers* mengenai Pengaruh *Korean wave*, fanatisme dan perilaku *fan Entrepreneurship* terhadap minat berwirausaha serta bagaimana cara memanfaatkan kesenangannya untuk mendirikan bisnis.
- b. Dapat menjadi referensi oleh pembaca untuk melakukan penelitian sejenis.

D. Sistematika Pembahasan

Bab 1 Pendahuluan

Bagian ini memuat penjelasan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori

Bagian ini berisi penelitian terdahulu, kajian teori, landasan teologis yang berkaitan dengan penelitian ini, kerangka berpikir dan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian

Bagian ini menjabarkan jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, indikator dan variabel penelitian, pengumpulan data penelitian, sumber data, skala pengumpulan data, dan teknis analisis data.

Bab 1V Pembahasan

Bagian ini menguraikan mengenai penyajian data, karakteristik responden, analisis data, hasil uji model pengukuran dan analisis hipotesis guna menjawab rumusan masalah.

Bab V Penutup

Bagian ini menjelaskan kesimpulan dari penelitian serta saran penelitian bagi peneliti selanjutnya.

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Grand Theory

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan *grand theory* yang digunakan dalam penelitian ini. *Theory of Planned Behavior (TPB)* dikemukakan oleh Icek Ajzen pada 1991 dalam bukunya yang berjudul “*The Theory of Planed Behavior*” yang merupakan teori lanjutan dari *Theory Reasoned Action (TRA)*, kedua teori tersebut memiliki tujuan yang sama dalam memahami suatu perilaku. Teori ini menjelaskan bahwa niat seseorang menggambarkan keinginan orang tersebut mencoba dalam menetapkan suatu perilaku tertentu. Berdasarkan teori ini diketahui bahwa niat terbentuk dari 3 hal yaitu:

a. *Personal Attitude (PA)*

Personal Attitude merupakan sikap yang memastikan hasil tindakan dari suatu perilaku positif atau negatif.

b. *Subjective Norms (SN)*

Subjective Norms merupakan persepsi masing-masing orang untuk menilai apakah orang lain di lingkungan sekitarnya sudah setuju atau tidak setuju terhadap suatu tindakan perilaku tersebut.

c. *Perceived Behavior Control (PBC)*

Perceived Behavior Control merupakan keyakinan seseorang dalam mengontrol suatu perilaku tertentu mengenai mudah atau sulitnya untuk menunjukkan perilaku tersebut (Purwanto et al., 2022).

Dalam *Theory Planed Behavior (TPB)*, *Entrepreneurial Intention (EI)* dipengaruhi oleh *Personal Attitude (PA)*, *Subjective Norms (SN)*, dan *Perceived Behavior Control (PBC)* (Hutabarat, 2020).

2. *Korean wave*

Menurut Tjoe & Kim (2016) *Korean wave* adalah Istilah yang mengacu pada budaya pop *modern* yang telah melanda dunia dari

industri hiburan Korea Selatan. Hal ini mencakup musik pop (*K-Pop*), serial drama (*K-Drama*), film, video *game*, animasi, dan makanan (*K-Food*). *Korean wave* telah berkembang di seluruh dunia, namun negara-negara Asia Timur dan Tenggara termasuk Taiwan, Jepang, Vietnam, Singapura, Malaysia, Filipina, Thailand, dan Indonesia merupakan pusat *Korean wave* (Lazzuarda, 2022). Menurut S. J. Lee (2011), *Korean wave* atau *hallyu* menjadi garda terdepan dalam *K-Drama* dan *K-Pop* karena sangat membantu untuk mempromosikan produk budaya Korea lainnya.

Menyusul terjalinnya hubungan diplomatik antara pemerintah Korea Selatan dan Tiongkok, yang menyebabkan meningkatnya popularitas drama dan musik Korea di negara tersebut, *hallyu* dimulai pada pertengahan tahun 1990-an (Prasanti & Dewi, 2020). Sedangkan di Indonesia *Korean wave* dimulai pada tahun 2002 melalui penayangan serial drama Korea terlaris pada saat itu, *Endless Love* dan *Winter Sonata*. Kemudian diikuti adanya *boygroup* dan *girlgroup* (*K-Pop*) yang menarik perhatian anak muda Indonesia, yang berkontribusi pada pertumbuhan gelombang Korea yang cepat (Fruly, 2016). Sumiati (2019) mengidentifikasi hal-hal yang menjadi indikator pada *Korean wave* adalah:

- a. Pemahaman (*Understanding*), yaitu memahami hakikat dan pentingnya multikulturalisme serta keragaman.
- b. Sikap dan Perilaku (*Attitude and Behavior*), yaitu mengacu pada bagaimana seseorang menilai kualitas produk atau merek pesaing dalam kaitannya dengan kebutuhan mereka saat melakukan pembelian.
- c. Persepsi (*Perception*), yaitu proses dimana orang memilih, mengatur, dan menyajikan pengamatan dan data untuk membangun citra yang koheren tentang sesuatu (Hendayana & Afifah, 2021).

3. Fanatisme

Kata fanatisme berasal dari dua kata yaitu “fanatik” dan “isme.” Fanatik berasal dari bahasa Latin “*fanaticus*”, dalam bahasa Inggris disebut *frantic* atau *frenzied* yang artinya adalah gila-gilaan, berantakan, mabuk atau gaduh. Istilah “fanatik” dan “isme” adalah akar kata dari kata fanatisme. Dari etimologi kata tersebut, “fanatik” mengacu pada seseorang yang melakukan pekerjaannya dengan serius dan tulus. Di sisi lain, “isme” dapat dilihat sebagai suatu jenis kepercayaan (Zulkarnain & Haq, 2020).

Goddart (2001) mendefinisikan fanatisme sebagai pendapat atau gagasan positif atau negatif yang dipegang teguh sehingga sulit dikoreksi atau diubah, meskipun tidak memiliki dasar teori atau kenyataan. Fanatisme adalah keyakinan terhadap suatu hal yang bersifat fanatik dan sering dikaitkan dengan sesuatu yang berlebihan. Sikap fanatik lebih banyak terjadi di lingkungan dan terwujud dalam tindakan individu atau kelompok (Febriany et al., 2022). Beberapa indikator pada fanatisme yaitu:

- a. Antusiasme yang ekstrim
- b. Ikatan emosional yang kuat dan perasaan cinta
- c. Berlangsung dalam waktu yang lama
- d. Percaya bahwa tindakan mereka benar
- e. Mempertahankan keyakinan mereka sebagai sesuatu yang benar (Eliani et al., 2018).

4. Fan Entrepreneurship

Sebagaimana dijelaskan Otmazgin (2019) dalam jurnalnya dengan judul *Fan Entrepreneurship (Fandom, Agency and The Marketing of Hallyu in Israel)*, *fan entrepreneurship* merupakan seorang penggemar yang juga seorang wirausaha. *Fan* atau penggemar dipandang sebagai agen utama untuk menyebarkan minat terhadap *Korean wave* dan membangun pasar baru untuk produk budaya Korea. Sebagai penjual dan konsumen, mereka bertindak menjembatani

budaya Korea dan pasar luar negeri. Dewasa ini para penggemar memanfaatkan jaringan pribadi dan infrastruktur sosial dari setiap perusahaan kontemporer untuk mengembangkan inisiatif bisnis dan sosial yang berhubungan dengan *Korean wave*. Sedangkan perilaku fan entrepreneurship merupakan perilaku penggemar yang memanfaatkan kesenangannya untuk mendirikan suatu bisnis, hal ini biasanya didasarkan pada motivasi penggemar. Menurut Baum, Frese, dan Baron (2007), motivasi berwirausaha melibatkan pencapaian tujuan yang berkaitan dengan sosialisasi dan prospek bisnis, selain itu motivasi ini juga berasal dari kepercayaan diri untuk sukses dan kemampuan untuk mengakses informasi tentang peluang berwirausaha di bidang tersebut (Saputri & Syamantha 2023).

Kesenangan seseorang terhadap suatu aktivitas bisa disebut dengan hobi. Dalam situasi ini, hobi telah berkembang menjadi sesuatu yang cukup menyenangkan, dengan memanfaatkan hobi dapat membuka peluang usaha yang menguntungkan. Hal ini karena mendirikan bisnis berdasarkan hobi akan lebih mudah dipertahankan dan meningkatkan peluang kita untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar dari bisnis tersebut. Melalui hobi dapat dikatakan bahwa ketika seseorang mendirikan bisnis dibidang yang disukai maka orang tersebut akan lebih *enjoy* dalam mengelola bisnisnya, hobi yang biasanya dilakukan untuk mengisi waktu luang, tetapi kini bisa menjadi peluang usaha yang cukup menjanjikan (Nadzaruddin et al., 2023).

Fan entrepreneurship memiliki beberapa perbedaan dengan wirausaha biasa yang sangat penting untuk diperhatikan, seperti: Pertama, Karena mereka beroperasi di tempat yang sangat dinamis dengan pembeli yang sering berubah pikiran dan produk dengan siklus pemasaran yang pendek seperti periode pemasaran album musik *K-pop*, para wirausahawan di sektor ini harus menghadapi ketidakpastian yang relatif tinggi.

Kedua, aktivitas wirausahawan dihadapkan dengan konsekuensi sosial dan budaya yang lebih luas karena mereka mengambil keuntungan dari ketertarikan orang-orang terhadap budaya populer. Berbeda dengan bentuk kewirausahaan lainnya, kewirausahaan penggemar menciptakan nilai selain uang, tetapi juga perasaan, identitas, dan persepsi, yang pada gilirannya menciptakan rasa senang dan antusias.

Ketiga, motivasi wirausaha penggemar sangat terkait erat dengan *fandom* mereka, bukan hanya untuk tujuan komersial, berbeda dengan sektor-sektor yang digerakkan secara ekonomi lainnya. Hal ini dikarenakan pada umumnya pemilik bisnis di industri ini adalah penggemar, bagi mereka kewirausahaan berfungsi sebagai sarana untuk membina hubungan dan komunikasi di antara para penggemar, selain sebagai sarana untuk menghasilkan uang.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan terdapat beberapa hal yang menjadi indikator *fan entrepreneurship* yaitu:

- a. Tertanam dalam konteks lokal
- b. Ketidakpastian yang tinggi dan lingkungan yang dinamis
- c. Dampak sosial dan budaya yang lebih luas
- d. Metode baru untuk berinteraksi dengan *fandom* (Otmazgin & Lyan, 2019).

5. Minat Berwirausaha

a. Minat

Menurut Holland (1997) pengertian minat sebagai suatu tindakan atau hal-hal yang menimbulkan keingintahuan seseorang, memaksa mereka untuk memperhatikan, dan kemudian menimbulkan rasa senang terhadapnya. Tingkat minat seseorang terhadap sesuatu akan menunjukkan tingkat motivasi untuk mempelajarinya dan kesediaan mereka untuk melakukan upaya terbaik (Nastiti, 2021).

b. Wirausaha

Menurut Soeryanto (2009) Wirausahawan adalah individu yang memiliki kemampuan untuk mengenali dan mengevaluasi prospek bisnis, mengumpulkan hal-hal yang dibutuhkan untuk secara tepat memanfaatkan peluang, dan memiliki watak, moral, serta kemauan untuk mengimplementasikan konsep-konsep baru dengan cara yang kreatif untuk mencapai kesuksesan dan meningkatkan pendapatan.

Berdasarkan interpretasi di atas, dapat disimpulkan bahwa definisi kewirausahaan tidak hanya mencakup aspek pribadi tetapi juga keberanian, kegigihan, dan ketangguhan ketika terlibat dalam suatu usaha dengan hanya mengandalkan kemampuan atau aset pribadi (Suryandari & Sulasih, 2017.). Manfaat dan tujuan menjadi wirausaha adalah terpenuhinya berbagai kebutuhan pokok manusia mulai dari kebutuhan beribadah, kebutuhan pendidikan, kebutuhan rekreasi dan kebutuhan lainnya. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut maka manusia harus berikhtiar atau berusaha agar kebutuhannya terpenuhi (Aziz, 2016).

c. Minat Berwirausaha

Rahardja (2012) mendefinisikan minat berwirausaha sebagai kecenderungan seseorang untuk tertarik memulai sebuah bisnis, yang kemudian diorganisir, dikelola, mengambil risiko, dan mengembangkannya. Memahami proses kewirausahaan dalam memulai bisnis baru perlu mempertimbangkan minat wirausaha, yang merupakan tahap pertama dalam proses yang biasanya bersifat jangka panjang (Sochim, 2017).

Adapun indikator minat berwirausaha, yaitu sebagai berikut:

1) Perasaan senang

Apabila seseorang menikmati kegiatan bisnis atau menganggapnya menyenangkan, mereka akan mempelajari

tentang wirausaha dan tidak akan merasa tertekan untuk mempelajarinya.

2) Perasaan tertarik

Terkait dengan dorongan yang cenderung menimbulkan keinginan untuk berwirausaha atau berpotensi menjadi hal yang menjadi akibat dari berwirausaha itu sendiri.

3) Perhatian

Merupakan fokus atau aktivitas jiwa pada pengamatan dan pemahaman tentang berwirausaha.

4) Keterlibatan

Merupakan upaya terpadu untuk mengerjakan tugas-tugas yang berhubungan dengan bisnis, memiliki pengetahuan yang relevan dengan usaha kewirausahaan, secara konsisten efektif, bersedia mengambil risiko, dan mengikuti perubahan dalam bidang kewirausahaan (Andini & Engriani, 2019).

6. Produk *Korean wave*

Penggunaan istilah *Korean wave* semakin meluas sebagai representasi kebudayaan Korea bukan hanya *K-Pop* saja tetapi juga produk-produk kebudayaan Korea lainnya, sebagaimana menurut Bok-Rae (2015) dalam jurnalnya yang berjudul *Past, Present, and Future of Hallyu (Korean wave)* bahwa terdapat 3 tahapan gelombang yaitu *Korean wave 1.0*, *Korean wave 2.0*, dan *Korean wave 3.0*. Gelombang pertama, *Korean wave 1.0* hadir dengan *K-Drama* yang disiarkan lewat televisi atau CD yang ditayangkan di Asia Timur. Dilanjutkan dengan *Korean wave 2.0* hadir dengan fokus pada *K-Pop* dengan target wilayah Asia, Amerika Utara, dan Eropa. Terakhir adalah *Korean wave 3.0* yang menjelaskan bahwa penyebaran *Korean wave* tidak hanya berfokus pada *K-Drama* dan *K-Pop*, namun seluruh produk kebudayaan Korea seperti *style*, *food*, *skincare* dan *make up* (Mahardika et al., 2022).

7. Merchandise

Menurut Ma'ruf (2006) *merchandise* merupakan proses mengadakan produk yang berhubungan dengan sesuatu seperti makanan, pakaian, perlengkapan rumah tangga, produk umum, dan sebagainya yang sesuai dengan rencana bisnis toko dan akan dipasok ke toko tersebut dalam jumlah, waktu, dan biaya yang tepat untuk membantu toko atau perusahaan ritel mencapai tujuannya.

Merchandise K-Pop dijual sebagai pernak-pernik yang menampilkan tema dan ide tertentu. Selain itu, pernak-pernik ini biasanya memiliki pola khas yang menggambarkan idola *K-Pop* atau grup idola tertentu. Fakta bahwa produk *K-Pop* hadir dalam berbagai versi adalah salah satu ciri khasnya. Penggemar selalu menganggap produk *K-Pop* menarik karena setiap kali produk baru diperkenalkan, desainnya berbeda dan berubah (Lolonto et al., 2024).

Merchandise K-Pop sendiri terdiri dua macam yaitu yang pertama *official merchandise* dimana *merchandise* ini diproduksi dan dirilis oleh perusahaan tempat grup tersebut bernaung, yang terdiri dari *photocard*, poster, *sticker*, *t-shirt*, dan sebagainya. Yang kedua *unofficial merchandise* dimana *merchandise* ini diproduksi oleh penggemar suatu grup atau idol, yang terdiri dari *photocard*, *t-shirt*, tas, *handphone strap*, dan lain sebagainya (Anggraeni, 2021). Pada umumnya produk *official merchandise* dengan *unofficial merchandise* tidak jauh berbeda, hanya saja pada *unofficial merchandise* menggunakan bahan yang tidak sepremium *official merchandise* dan dijual dengan harga yang lebih terjangkau.

8. NCT dan NCTzen

Boy band Korea Selatan *Neo Culture Technology (NCT)* dijalankan oleh *SM Entertainment*. *Member NCT* pertama kali dikenalkan oleh *SM Entertainment* pada tahun 2013 ketika mereka bergabung dengan program *SM Rookie*, yang merupakan *pra-debut* untuk idola *SM Entertainment*. *NCT* terbagi menjadi beberapa *sub unit*

(*NCT U*, *NCT 127*, *NCT Dream*, *WayV*, dan *NCT Wish*), formasi anggotanya tidak terbatas dan dianggap tidak ada habisnya saat pertama kali didirikan. Ide ini istimewa karena merupakan konsep grup idola pertama di Korea Selatan yang dibuat oleh *SM Entertainment*.

Saat ini *NCT* berjumlah 25 orang, yang terdiri dari Johnny, Taeyong, Yuta, Kun, Doyoung, Ten, Jaehyun, Winwin, Jeongwoo, Mark, Xiaojun, Hendery, Renjun, Jeno, Haechan, Jaemin, Yangyang, Chenle, Jisung, Sion, Riku, Yushi, Jaehee, Ryo, dan Sakuya. *NCT* tidak hanya terdiri dari anggota asal Korea Selatan, melainkan ada beberapa dari luar Korea Selatan seperti Chicago, Jepang, Tiongkok, Thailand, Canada, Makau, dan Jepang (Nasution, 2021).

Berikut penjelasan sub unit *NCT*:

a. *NCT U (NCT United)*

NCT U merupakan sub-unit pertama dari *NCT* yang debut pada 9 April 2016 dengan lagu “*The 7th Sentence*” dengan 5 anggota yaitu Taeyong, Doyoung, Ten, Jaehyun dan Mark. Komposisi *NCT U* tergolong unik karena anggota *NCT U* dipilih secara berbeda untuk setiap lagu tergantung dari karakter dan kemampuan anggota sesuai atau tidak untuk lagu tersebut.

b. *NCT 127*

Sub-unit kedua dari *NCT* adalah *NCT 127*. Pada tanggal 7 Juli 2016, *NCT 127* melakukan debut dengan mini album *NCT #127*. Grup ini terdiri dari tujuh anggota: Taeyong, Taeil (mantan anggota), Yuta, Jaehyun, Winwin, Mark, dan Haechan. Selanjutnya, Doyoung dan Jenny bergabung dengan *NCT 127* pada 27 Desember 2016, sedangkan Jeongwoo bergabung pada 17 September 2018.

c. *NCT Dream*

Sub-unit *NCT* ketiga adalah *NCT Dream*. *NCT Dream* terdiri dari tujuh anggota yang awalnya di bawah usia legal di Korea (20 tahun) yaitu: Mark, Renjun, Jeno, Haechan, Jaemin,

Chenle, dan Jisung. Pada tanggal 25 Agustus 2016, mereka melakukan debut dengan lagu "*Chewing Gum*". Setelah anggota mencapai usia dewasa, *NCT Dream* menerapkan sistem kelulusan. Fakta bahwa sistem ini eksklusif untuk boy grup *NCT Dream* membuatnya semakin istimewa. Karena Mark telah mencapai usia legal, ia secara resmi lulus dari *NCT Dream* pada awal tahun 2019. Namun, *SM Entertainment* membatalkan program kelulusan pada 14 Maret 2022, yang memungkinkan Mark untuk bergabung kembali dengan *NCT Dream* dan menjadi anggota tetap.

d. *WayV*

Sub-unit keempat *NCT* adalah *WayV* yang berfokus pada pemasaran di Tiongkok, dengan 6 anggota yaitu: Kun, Ten, Winwin, Xiaojun, Hendery, dan Yangyang. Album "*The Vision*", yang memiliki dua *remake NCT 127* (versi *Regular* dan *Comeback Mandarin*) dan *WayV (Dream Plan)* menandai album debut *WayV* pada 17 Januari 2019.

e. *NCT Wish*

NCT Wish merupakan sub unit kelima sekaligus terakhir dari *NCT* yang berbasis di Jepang. *NCT wish* dibentuk melalui acara survival reality *NCT Universe: LASTART* yang diselenggarakan oleh *SM Entertainment*. Dari survival tersebut terpilih enam orang untuk debut sebagai unit terakhir *NCT* yaitu: Sion, Riku, Yushi, Jaehye, Ryo, dan Sakuya. *NCT Wish* debut pada tanggal 28 Februari 2024 dengan *single* bertajuk *WISH* (Rahmatika, 2024).

NCTzen merupakan nama *fandom* dari *NCT*. *NCTzen* berasal dari gabungan kata "*NCT*" dan "*citizen*" yang berarti "warga atau penduduk". Nama *NCTzen* secara resmi diumumkan oleh anggota *NCT* pada tanggal 12 Juni 2017 melalui siaran langsung pada aplikasi *V Live*. *NCTzen* dapat digunakan sebagai nama panggilan untuk penggemar *NCT*, Termasuk sub unit *NCT U*, *NCT 127*, *NCT Dream* dan *NCT Wish*.

Sementara itu pada 20 September 2019 WayV mengumumkan melalui media sosialnya mengenai nama klub penggemar mereka yaitu WayZenNi yang merupakan singkatan dari WeishenV Zhenxi yang berarti “WayV menyayangi kalian” (Noviani, 2023). Jika NCTzen adalah sebutan untuk fansclub NCT, adapun sebutan Sijeuni yang merupakan panggilan kesayangan yang diberikan oleh anggota NCT untuk para penggemarnya, sijeuni sendiri berasal dari kata season yang artinya musim, karena bagi NCT fans mereka sangatlah berharga layaknya 4 musim (Rosa, 2022).

B. Kajian Pustaka

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	(Putri Aulia, Dkk, 2024) “Pengaruh Korean wave, Perilaku Fan Entrepreneurs hip dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Penggemar Armys.Luv Kota Jambi”	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Korean wave dan Perilaku Fan Entrepreneurs hip berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap minat berwirausaha.	Persamaan penelitian ini yang didasarkan pada penelitian sebelumnya yaitu menggunakan Korean wave dan Perilaku Fan Entrepreneurs hip sebagai variabel independen dan minat berwirausaha sebagai variabel dependen.	- Penelitian terdahulu melakukan penelitian dengan subjek Army.Luv Kota Jambi, sedangkan penelitian ini menggunakan subjek NCTzen Purwokerto. - Penelitian terdahulu menggunakan variabel independen media sosial, sedangkan penelitian ini

				<p>menggunakan variabel independen perilaku <i>fan entrepreneurship</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif dan asosiatif, sedangkan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif
2.	<p>(Riski Febriana, Dkk, 2023) <i>“Pengaruh Perilaku Konsumtif Penggemar K-Pop pada Peluang Usaha dan Pajak Bea Cukai di Indonesia”</i></p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>K-Pop</i> yang merupakan bagian dari <i>Korean wave</i> berdampak bagi tingginya perilaku konsumtif penggemar yang kemudian meningkatkan peluang berwirausaha.</p>	<p>Persamaan penelitian ini yang didasarkan pada penelitian sebelumnya yaitu membahas mengenai <i>Korean wave</i> khususnya <i>K-Pop</i> dan hubungannya dengan wirausaha.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Penelitian terdahulu melakukan penelitian dengan metode kualitatif, sedangkan penelitian ini dengan metode kuantitatif. - Penelitian terdahulu berfokus pada peluang usaha, sedangkan penelitian ini berfokus pada minat berwirausaha - Peneliti terdahulu bertujuan

				<p>untuk mengetahui dampak dari perilaku konsumtif penggemar <i>K-Pop</i>, sedangkan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana minat berwirausaha penggemar <i>K-Pop</i></p>
3.	<p>(Dewi Anggraeni, 2021) “<i>Tren Usaha Merchandise K-Pop: Photocard Decoration</i>”</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>K-Pop</i> sebagai bagian dari <i>Korean wave</i> berpengaruh meningkatkan minat berwirausaha <i>merchandise K-pop</i> berupa <i>photocard decoration</i>.</p>	<p>Persamaan penelitian ini yang didasarkan pada penelitian sebelumnya yaitu membahas mengenai <i>Korean wave</i> khususnya <i>K-Pop</i> dan hubungannya dengan wirausaha di bidang tersebut.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Penelitian terdahulu berfokus pada wirausaha <i>Merchandise K-Pop</i>, sedangkan penelitian ini berfokus pada minat berwirausaha yang umumnya berhubungan dengan <i>Korean wave</i> - Penelitian terdahulu berfokus pada keberlangsungan usaha, sedangkan penelitian ini

				<p>berfokus pada minat berwirausaha</p> <ul style="list-style-type: none"> - Penelitian terdahulu melakukan penelitian dengan metode kualitatif, sedangkan penelitian ini melakukan penelitian dengan metode kuantitatif
4.	<p>(W. Fildzah Masturah, Dkk., 2021) “<i>Pengaruh Budaya Korean wave dan Perilaku Fan Entrepreneurs hip Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Manajemen USU Fakultas Ekonomi dan Bisnis</i>”</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa budaya <i>Korean wave</i> dan perilaku <i>fan entrepreneurs hip</i> memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, dengan pengaruh simultan sebesar 29,4% dari keduanya.</p>	<p>Persamaan penelitian ini yang didasarkan pada penelitian sebelumnya yaitu menggunakan minat berwirausaha sebagai variabel dependen dan menggunakan budaya <i>Korean wave</i> dan perilaku <i>fan entrepreneurs hip</i> sebagai variabel independen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Penelitian terdahulu melakukan penelitian dengan subjek mahasiswa S1 Manajemen USU Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Sedangkan penelitian ini melakukan penelitian menggunakan subjek <i>NCTzen Purwokerto</i>. - Penelitian terdahulu menentukan jumlah



				<p>sampel menggunakan rumus slovin karena populasinya diketahui, sedangkan penelitian ini menggunakan rumus wibisono karena populasinya tidak diketahui</p> <p>- Penelitian terdahulu menggunakan variabel independen <i>Korean wave</i> dan perilaku fan entrepreneurship, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel independen <i>Korean wave</i>, fanatisme dan perilaku fan entrepreneurship</p>
5.	(Shofwaties Anissa Lazuarda, 2021) " <i>Peran Gelombang</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberadaan	Persamaan penelitian ini yang didasarkan pada	- Penelitian terdahulu melakukan penelitian dengan

	<p><i>Korea (Korean wave) Terhadap Creative Business Masyarakat di Provinsi Jawa Timur”</i></p>	<p><i>Korean wave</i> berperan dalam bisnis kreatif di Jawa Timur, peran tersebut menjadi alasan terbentuknya berbagai bisnis kreatif.</p>	<p>penelitian sebelumnya yaitu membahas wirausaha di bidang <i>Korean wave (K-Food dan K-Beauty)</i></p>	<p>subjek masyarakat di Jawa Timur, sedangkan penelitian ini melakukan penelitian dengan subjek <i>NCTzen Purwokerto</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Penelitian terdahulu melakukan penelitian hanya menggunakan variabel <i>Korean wave</i>, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel <i>Korean wave</i>, fanatisme dan perilaku <i>fan entrepreneurship</i> - Penelitian terdahulu melakukan penelitian dengan metode kualitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan
--	---	--	--	--

				metode kuantitatif
--	--	--	--	--------------------

C. Landasan Teologis

1. *Korean wave*

Allah SWT menciptakan bumi dengan berbagai keragaman, salah satunya adalah keragaman budaya, dan saat ini banyak budaya non-Muslim yang menarik minat umat Islam. Islam tidak melarang mengidolakan seseorang selama hal tersebut merupakan contoh yang baik; dalam konteks *Korean wave*, hal tersebut memberikan pengaruh yang positif bagi para penggemarnya seperti meningkatkan *mood*, kerja keras, kegigihan, kolaborasi, dan saling berbagi. Allah berfirman dalam Q.S Al Ahzab ayat 21:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ
كَثِيرًا

“Sesungguhnya telah ada pada diri Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu yaitu bagi orang yang mengharap rahmat Allah dan kedatangan hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah”.

Menurut tafsir Ibnu Katsir, ayat ini menunjukkan bahwa Allah memerintahkan manusia untuk mengikuti teladan Nabi Muhammad selama perang Ahzab dalam hal kesabaran dan keikhlasan dalam menanti jalan keluar dari Allah SWT.

Menggabungkan teladan Nabi Muhammad dengan inspirasi dari *K-Pop* dapat menghasilkan keseimbangan yang positif. Nilai moral dan etika yang berasal dari ajaran Nabi Muhammad digunakan untuk membantu dalam pengambilan keputusan dan perilaku sehari-hari. Sementara energi dari *Korean wave* dapat memberi semangat dalam menjalani kegiatan dan tantangan sehari-hari, prinsip-prinsip kehidupan Nabi Muhammad memberikan dasar yang kuat, dan inspirasi dari *Korean wave* dapat memberikan dorongan yang diperlukan untuk tetap aktif dan energik (Yasri, 2024).

2. Fanatisme

Dalam bahasa Arab, fanatisme biasa disebut dengan istilah *al'ashobiyah*, yaitu perilaku seseorang yang mendorong orang lain untuk mendukung, membela, dan berpihak pada kelompoknya, terlepas dari apakah kelompok tersebut berperilaku baik atau buruk (Suhara, 2016). Menyukai K-Pop tidak hanya untuk bersenang-senang menonton konser atau *fansign*, tetapi juga banyak melakukan hal positif dalam suatu *fandom*, salahnya satunya adalah membuat *project sosial* untuk membantu orang-orang yang membutuhkan. Jadi, meskipun menyukai *K-Pop* dianggap banyak mudharatnya, tapi dibalik itu semua ada maslahatnya, tetapi yang harus diingat adalah tidak boleh berlebihan. Sebagaimana dijelaskan dalam Q.S Al. Maidah ayat 77:

قُلْ يَا أَهْلَ الْكِتَابِ لَا تَغْلُوا فِي دِينِكُمْ غَيْرَ الْحَقِّ وَلَا تَتَّبِعُوا أَهْوَاءَ قَوْمٍ قَدْ ضَلُّوا مِنْ قَبْلُ وَأَضَلُّوا كَثِيرًا
وَضَلُّوا عَنْ سَوَاءِ السَّبِيلِ

"Katakanlah (Muhammad), "Wahai Ahli Kitab! Janganlah kamu berlebih-lebihan dengan cara tidak benar dalam agamamu. Dan janganlah kamu mengikuti keinginan orang-orang yang telah tersesat dahulu dan (telah) menyesatkan banyak (manusia), dan mereka sendiri tersesat dari jalan yang lurus" (Q.S Al. Maidah: 77).

Menurut Kementerian Agama, ayat di atas menunjukkan bahwa Allah SWT melarang Ahli Kitab untuk bertindak terlalu jauh dalam beragama, seperti yang dilakukan oleh leluhur mereka pada masa Nabi Muhammad SAW. Orang-orang mengikuti praktik-praktik keagamaan leluhur mereka, yang menyebabkan kesesatan dan menyesatkan orang lain dari jalan kebenaran (Islam) untuk mengejar keinginan pribadi yang akhirnya melanggar hukum islam (Najib & Firmansyah, 2023).

3. Perilaku Fan Entrepreneurship

Wirausahawan Muslim adalah orang yang dalam berwirausaha mengejar prestasi, berani mengambil risiko, memecahkan masalah, rendah hati, bersemangat, memiliki kepercayaan diri, menghindari sikap merengek, mencari kepuasan diri, dan bersedia meminta maaf serta membantu orang lain dalam memuliakan karunia Allah SWT

(Utomo, 2021). Penggemar yang juga seorang wirausahawan akan berusaha memanfaatkan kesenangan atau *hobby* mereka untuk memulai bisnis yang akan meningkatkan penghasilan mereka. Allah SWT berfirman dalam Q.S At Taubah ayat 105:

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

"Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan" (Q.S At Taubah: 105).

Menurut tafsir Hamka, manusia bekerja berdasarkan bakat dan kemampuannya, menekankan nilai energi dan keterampilan. Hal ini berarti bahwa manusia harus menghindari melakukan tugas-tugas yang tidak berhubungan dengan pekerjaan untuk menghemat waktu. Akibatnya, manusia tidak boleh menghabiskan waktu untuk tugas-tugas yang tidak berguna; sebaliknya, mereka harus berusaha untuk meningkatkan kualitas pekerjaan mereka dengan terus mencari petunjuk dari Allah SWT (Nurdin, 2020).

4. Minat Berwirausaha

Allah SWT menciptakan manusia untuk menjaga dan mengelola apa yang telah dipercayakan kepada mereka untuk memenuhi kebutuhan mereka melalui berbagai industri, termasuk kewirausahaan. Wirausahawan harus memiliki pengetahuan, kejujuran, dan integritas seperti yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW. (Wijayanti, 2018). Allah SWT berfirman dalam Q.S Al Jumua ayat 10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

"Apabila salat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung" (Q.S Al Jumua: 10).

Melalui ayat ini, Allah SWT menekankan wirausaha sebagai bentuk ibadah setelah shalat, dalam berwirausaha harus mematuhi hukum Islam, dan wirausahawan juga harus *tawakkal* kepada Allah

SWT agar diberikan kelancaran dan kesuksesan dalam bisnis mereka (Saputra, 2021).

D. Hipotesis

1. Pengaruh *Korean wave* terhadap minat berwirausaha

Berdasarkan penelitian (Lazzuaarda, 2022) yang menyatakan bahwa fenomena *Korean wave* berpengaruh pada minat berwirausaha kreatif, dimana peran tersebut menjadi alasan terbentuknya berbagai bisnis kreatif di Provinsi Jawa Timur. Berikut hipotesis yang diperoleh untuk penelitian ini:

H₁ = *Korean wave* berpengaruh terhadap minat berwirausaha

2. Pengaruh fanatisme terhadap minat berwirausaha

Berdasarkan penelitian (Sanaji, 2021) yang menyatakan bahwa perilaku penggemar yang fanatik mempunyai pengaruh terhadap peluang berwirausaha, karena semakin tinggi sikap fanatik seorang penggemar terhadap suatu idola atau grup, maka akan meningkatkan minat konsumsi mereka terhadap barang-barang yang berkaitan dengan idola atau grupnya. Interaksi antara penggemar seperti *sharing* tentang hal-hal yang berhubungan dengan idolanya dapat menjadi sebuah peluang yang memunculkan adanya minat berwirausaha. Berikut hipotesis yang diperoleh untuk penelitian ini:

H₂ = fanatisme berpengaruh terhadap minat berwirausaha

3. Pengaruh perilaku *fan entrepreneurship* terhadap minat berwirausaha

Berdasarkan penelitian (Fildzah Masturah et al., 2021) yang menyatakan bahwa perilaku *fan entrepreneurship* berpengaruh terhadap minat berwirausaha, karena sebagai penggemar mereka akan berusaha membuat inovasi produk yang bisa dijual, jadi tidak hanya membuat produk untuk konsumsi pribadi, namun juga bisa dikonsumsi publik yang nantinya akan menambah pendapatan penggemar tersebut. Berikut hipotesis yang diperoleh untuk penelitian ini:

H₃ = Perilaku *fan entrepreneurship* berpengaruh terhadap minat berwirausaha

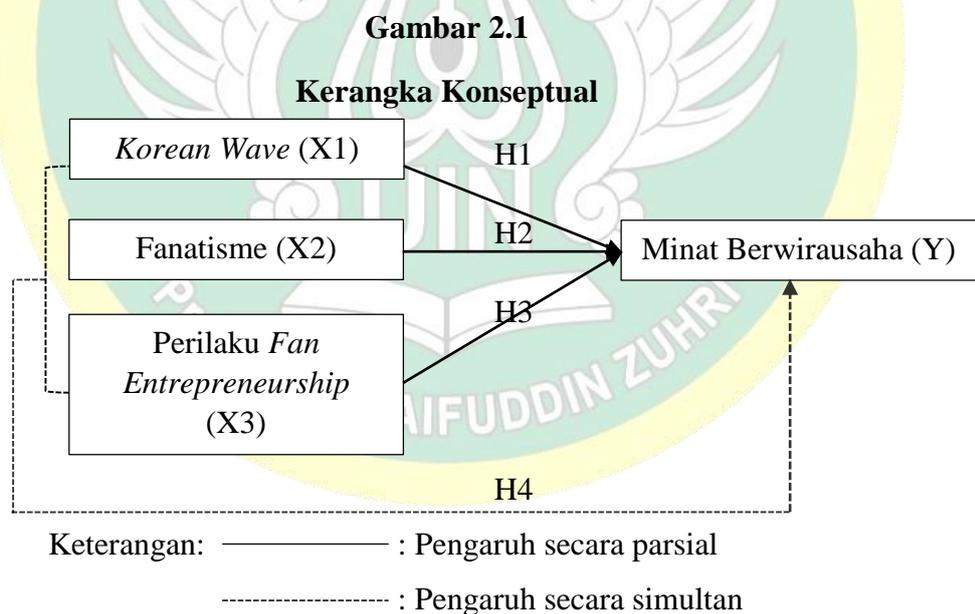
4. Pengaruh *Korean wave*, fanatisme dan minat berwirausaha

Berdasarkan penelitian (Lazzuarda, 2022) yang menyatakan bahwa *Korean wave* berpengaruh terhadap minat berwirausaha kreatif. Penelitian (Sanaji, 2021) yang menyatakan bahwa fanatisme berpengaruh terhadap terbukanya lapangan pekerjaan yang dapat berdampak pada minat berwirausaha. Selain itu penelitian (Fildzah Masturah et al., 2021) juga menyatakan bahwa perilaku fan entrepreneurship berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis yang diperoleh yaitu:

H₄ = *Korean wave*, fanatisme dan perilaku fan entrepreneurship berpengaruh terhadap minat berwirausaha

E. Kerangka Konseptual

Berdasarkan hipotesis di atas, kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Kerangka di atas menjelaskan bahwa terdapat tiga variabel independen yaitu *Korean wave* (X1), fanatisme (X2) dan perilaku fan entrepreneurship (X3), dan satu variabel dependen yaitu minat berwirausaha (Y) yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan variabel X terhadap variabel Y.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif yang merupakan studi sistematis tentang sebuah fenomena melalui pengumpulan data yang dapat dikuantifikasi melalui metode komputer, matematika, atau statistik (Amelia et al., 2023).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Peneliti akan melakukan penelitian di Kota Purwokerto, Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa Tengah dengan objek *NCTzen* dan akan dilaksanakan pada bulan November 2024 – Februari 2025.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan semua individu yang termasuk dalam sekelompok orang, hewan, peristiwa, atau benda yang hidup berdampingan secara terencana di lokasi tertentu (Rosyida et al., 2023). Dalam penelitian ini, populasinya adalah *NCTzen* yang tergabung dalam komunitas *NCTzen* Purwokerto yang jumlahnya tidak diketahui karena jumlah anggota dilihat dari pengikut sosial media *NCTzen* Purwokerto berupa Grup *WhatsApp*, *Instagram* dan *X*, dimana satu orang bisa mengikuti tiga sosial media sekaligus sehingga jumlah keseluruhan anggota komunitas *NCTzen* Purwokerto tidak pasti.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang mencerminkan sifat dan jumlah populasi. Ketika populasi yang perlu diteliti sangat besar dan peneliti tidak dapat meneliti populasi secara lengkap, maka digunakan sampel (Rahim, 2021). Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* yang tidak memberikan peluang yang sama bagi semua populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode yang digunakan yaitu *purposive sampling* dimana sampel diambil

berdasarkan kriteria tertentu (Amin et al., 2023). Besarnya jumlah sampel akan dihitung menggunakan rumus Wibisono dalam Ridwan dan Akon (2013) karena jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti, maka rumusnya sebagai berikut:

$$n = \frac{((Z_{\alpha} / 2) \cdot \sigma)^2}{e}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z_{α} = Taraf keyakinan, yakni 95%

σ = standar deviasi, yakni 0,25 atau 25%

e = margin error, yakni 5% atau 0,05

Alasan digunakan error 5% adalah karena kemungkinan terjadinya kesalahan generalisasi berkurang seiring dengan bertambahnya jumlah sampel yang mendekati populasi. Semakin rendah toleransi kesalahan, maka semakin akurat sampel tersebut mewakili populasi (Amin et al., 2023). Maka ukuran sampel yang diperoleh yaitu:

$$n = \frac{(1,96 \cdot 0,05)^2}{0,05}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan digunakan oleh peneliti dibulatkan menjadi 100 responden.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan semua karakter atau individu yang bervariasi yang telah ditetapkan peneliti yang digunakan dalam proses penelitian dan pengambilan keputusan (Sugiyono, 2010). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Korean wave*, fanatisme, perilaku *fan entrepreneurship* dan minat berwirausaha.

a. Variabel Independen

Variabel ini juga dikenal sebagai variabel stimulus, prediktor, atau anteseden. Dikenal juga sebagai variabel bebas. Variabel ini merupakan penyebab timbulnya atau berubahnya variabel dependen (Amelia et al., 2023). Penelitian ini menggunakan variabel independen *Korean wave*, fanatisme dan perilaku *fan entrepreneurship*

b. Variabel Dependen

Variabel ini disebut juga sebagai variabel output, kriteria, atau variabel terikat. Dalam bahasa Indonesia biasa disebut sebagai variabel terikat. Variabel dependen dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen (Amelia et al., 2023). Penelitian ini menggunakan variabel dependen minat berwirausaha.

2. Indikator Penelitian

Tabel 3. 1
Indikator Penelitian

No	Variabel	Indikator
1.	<i>Korean wave</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Pemahaman (<i>Understanding</i>) - Sikap dan perilaku (<i>Attitude</i> dan <i>behavior</i>) - Persepsi (<i>Perception</i>)
2.	Fanatisme	<ul style="list-style-type: none"> - Antusiasme yang ekstrim - Ikatan emosional yang kuat dan perasaan cinta - Berlangsung dalam waktu yang lama - Percaya bahwa tindakan mereka benar - Mempertahankan keyakinan mereka sebagai sesuatu yang benar
3.	Perilaku <i>Fan</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Tertanam dalam konteks lokal

	<i>Entrepreneurship</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Ketidakpastian yang tinggi dan lingkungan yang dinamis - Dampak sosial dan budaya yang lebih luas - Metode baru dalam berinteraksi dengan suatu <i>fandom</i>
4.	Minat Berwirausaha	<ul style="list-style-type: none"> - Perasaan senang - Ketertarikan - Perhatian - keterlibatan

E. Pengumpulan Data Penelitian

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan beberapa jenis pertanyaan yang dibuat dengan menggunakan alat pengukuran variabel penelitian. Memanfaatkan kuesioner untuk pengumpulan data terbukti sangat efisien, karena partisipan hanya diminta untuk memilih tanggapan yang telah diberikan peneliti (Sahir, 2022). Pada penelitian ini kuesioner yang dilakukan menggunakan model *gform*.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data yang mencakup pengumpulan informasi dari berbagai sumber tekstual atau dokumen. Dokumen tersebut dapat berupa teks, laporan, catatan, arsip, jurnal, atau rekaman lain yang relevan dengan penelitian (Amelia et al., 2023).

F. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data tentang subjek penelitian yang diperoleh langsung di lapangan. Data primer diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner dan wawancara kepada *NCTzen* Purwokerto.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan dari sumber lain seperti organisasi, lembaga dan institusi yang telah bersedia untuk digunakan sesuai keperluan yang membutuhkan data. Buku, jurnal,

skripsi, wawancara dan internet merupakan data sekunder dalam penelitian ini.

G. Skala Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan skala Likert untuk mengumpulkan data. Skala Likert biasa digunakan untuk menilai persepsi, sikap, atau pendapat seseorang tentang fenomena sosial yang diidentifikasi oleh peneliti sebagai variabel penelitian. Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator, yang berfungsi sebagai landasan untuk membuat item-item instrumen yang berupa pernyataan atau pertanyaan. Skala Likert menyajikan respon terhadap setiap instrumen sebagai suatu kontinum dari sangat positif sampai sangat negatif (Amelia et al., 2023). Model skala likert ini menyajikan lima alternatif jawaban, yaitu:

Tabel 3. 2
Pedoman Skala Likert

No	Skala	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrument Data

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk memastikan sah atau validnya pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang disebarkan. Pengujian validitas juga untuk menilai seberapa baik responden memahami pertanyaan penelitian. Jika

hasilnya tidak valid, bisa jadi karena responden tidak memahami pertanyaan yang diajukan. Apabila nilai r hitung $>$ r tabel maka item pertanyaan dianggap valid.

b. Uji Reliabilitas

Ghozali (2016) menyatakan bahwa reliabilitas suatu kuesioner diukur sebagai indikator suatu variabel. Ketika responden suatu kuesioner memberikan jawaban yang tetap dan konsisten sepanjang waktu maka kuesioner tersebut dianggap dapat diandalkan. Uji Cronbach Alpha digunakan untuk mengukur reliabilitas. Apabila suatu variabel menghasilkan nilai Cronbach Alpha $>$ 0,6 maka variabel tersebut dianggap reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji yang digunakan untuk memberikan keyakinan dimana rumus regresi yang didapat adalah valid, teoritis, tidak bias dan stabil.

a. Uji Normalitas

Ghozali (2016) menyatakan bahwa uji normalitas digunakan untuk menguji apakah variabel independen dan dependen berdistribusi normal. Data dapat di uji dengan menggunakan Uji Kolmogorov Smirnov. Dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi atau nilai probabilitas $>$ 0,05 maka hipotesis diterima karena data berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi atau nilai probabilitas lebih $<$ 0,05 maka hipotesis ditolak karena data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolonieritas

Ratna (2021) menyatakan bahwa Korelasi atau hubungan yang hampir sempurna di antara variabel-variabel independen dikenal sebagai multikolonieritas. di antara variabel-variabel independen. Variabel-variabel independen dalam model yang baik seharusnya tidak berkorelasi. Ketika ada multikolonieritas, varians

model regresi meningkat, sehingga sulit untuk mendapatkan estimasi yang akurat, sehingga sulit untuk mendapatkan estimasi yang akurat. Multikolinearitas dapat diketahui dengan menggunakan Variable Inflation Factor (VIF) dan kriteria $VIF < 10$. Multikolinearitas dapat dinyatakan ada jika $VIF > 10$.

c. Uji Heterokedastisitas

Ghozali (2016) menyatakan bahwa uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah residu pengamatan yang berbeda menunjukkan variansi yang tidak sama. Regresi dianggap baik jika terjadi homoskedastis atau tidak adanya heterokedastisitas.

Menurut ghozali (2016) untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam data penelitian dapat menggunakan uji Park dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut

- a. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terdapat heteroskedastisitas
- b. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk memutuskan menerima atau menolak pernyataan yang telah diajukan.

a. Uji Regresi Linear Berganda

Uji Regresi linear berganda dilakukan untuk menilai linearitas hubungan antara satu atau lebih variabel independen yaitu *Korean wave* (X1), Fanatisme (X2) dan Perilaku *Fan Entrepreneurship* (X3) dengan variabel dependen yaitu Minat Berwirausaha (Y).

Rumus umum persamaan linier regresi berganda adalah

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Minat Berwirausaha)

X1 = Besarnya variabel X1 (*Korean wave*)

X2 = Besarnya variabel X2 (Fanatisme)

X3 = Besarnya variabel X3 (*Perilaku Fan
Entrepreneurship*)

b1, b2, dan b3 = Koefisien regresi

a = konstanta

e = Persentase kelonggaran kesalahan

b. Analisis Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi dilakukan untuk menguji bagaimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Jika nilai koefisien determinasi model regresi semakin kecil atau mendekati nol, maka hal ini mengindikasikan bahwa semua variabel independen memiliki pengaruh yang semakin kecil terhadap variabel dependen; sebaliknya jika nilainya semakin mendekati 100%, maka hal ini mengindikasikan bahwa semua variabel independen memiliki pengaruh yang semakin besar terhadap variabel dependen (Sahir, 2022).

c. Uji Parsial (Uji t)

Untuk mengetahui tingkat signifikansi secara parsial dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, maka digunakan uji parsial atau disebut juga uji t (Sahir, 2022).

Berikut ini yang menjadi landasan pengambilan keputusan dalam uji t:

- 1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$ maka H_0 diterima, sehingga dapat dikatakan adanya hubungan signifikan antara variabel independen dengan dependen.
- 2) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$ maka H_0 ditolak, sehingga dapat dikatakan tidak adanya hubungan signifikan antara variabel independen dengan dependen.

d. Uji Simultan (Uji F)

Tujuan dari uji F ini adalah untuk mengetahui apakah faktor-faktor independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Sahir, 2022). Kriteria pengambilan keputusan uji F adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$ maka H_0 diterima, sehingga dapat dikatakan tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen dan dependen
- 2) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$ maka H_0 ditolak, sehingga dapat dikatakan terdapat hubungan yang cukup besar antara variabel independen dan dependen.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Gambar 3.1
Logo Komunitas NCTzen Purwokerto



Sumber: Grup WhatsApp NCTzen Purwokerto

Komunitas *NCTzen* Purwokerto merupakan komunitas penggemar (*fanbase*) *boyband Neo Culture Technology (NCT)* yang berada di Purwokerto. *NCT* berada dibawah naungan agensi bernama *SM Entertainment* yang didirikan oleh Lee Soo Man. *Member NCT* pertama kali diperkenalkan oleh *SM Entertainment* pada tahun 2013 ketika mereka bergabung dengan program *SM Rookie*, yang merupakan *pra-debut* untuk idola *SM Entertainment*. *NCT* terbagi menjadi beberapa *sub unit (NCT U, NCT 127, NCT Dream, WayV, dan NCT Wish)* saat ini *NCT* berjumlah 25 orang.

Komunitas ini didirikan oleh Achmad Rozak pada 26 Juli 2019 yang saat ini terdiri dari 489 anggota di grup *WhatsApp*, 3.111 pengikut di *Instagram* dan 668 pengikut di *X*. Anggota di komunitas ini mayoritas adalah perempuan yang terdiri dari berbagai macam latar belakang mulai dari siswa, mahasiswa, karyawan, wirausaha dan lain-lain. Kepengurusan dalam komunitas ini terbagi menjadi 2 yaitu tim media sosial dan tim *event*. Tim media sosial bertugas mencari tahu seputar kegiatan *NCT*, kemudian

membagikannya di media sosial *NCTzen* Purwokerto, sedangkan tim *event* bertugas membuat *event* dari mulai perencanaan hingga acara dilaksanakan.

Komunitas *NCTzen* Purwokerto sering mengadakan *event* yang berkaitan dengan *NCT*, seperti nonton bareng, *birthday party member*, *noraebang*, *anniversary*, dan bakti sosial. Kegiatan tersebut biasanya dilakukan di sekitar Purwokerto seperti *Cafe Gomtown*, *Cafe Radio*, *Hatero Space*, *Rita Suparmall* dan lain-lain. Ketika komunitas ini akan mengadakan *event*, biasanya tim *event* akan membuat *pamflet* dan dibagikan ke media sosial *NCTzen* Purwokerto, kemudian para *NCTzen* yang sudah mendaftar akan tergabung di grup WhatsApp khusus *event* tersebut.

B. Deskripsi Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan penggemar *boygrup NCT* di Banyumas dan sekitarnya yang tergabung dalam komunitas *NCTzen* Purwokerto yang berjumlah 100 responden, beberapa karakteristik responden pada penelitian ini yaitu jenis kelamin, usia, pekerjaan, domisili, pengikut salah satu sosial media media *NCTzen* Purwokerto (Grup *WhatsApp*, *Instagram*, dan *X*) serta jumlah responden yang sudah pernah atau tidak pernah berwirausaha.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin responden dapat diklasifikasikan menjadi 2 yaitu:

Tabel 4. 1

Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1.	Laki-Laki	3	3%
2.	Perempuan	97	97%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan data yang diperoleh pada tabel 4.1, dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yaitu laki-laki

sebanyak 3 responden dengan presentase 3% dan perempuan sebanyak 97 responden dengan presentase 97%. Dapat disimpulkan bahwa jenis kelamin responden yang paling banyak yaitu perempuan. Hal ini dapat terjadi karena kebanyakan penggemar *K-Pop* khususnya *NCTzen* Purwokerto adalah perempuan.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia responden dapat diklasifikasikan menjadi 3, yaitu:

Tabel 4. 2

Usia Responden

No	Usia	Frekuensi	Presentase
1	15 - 20 Tahun	36	36%
2	21 - 25 Tahun	49	49%
3	26 – 30 Tahun	15	15%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan data yang diperoleh pada tabel 4.2, dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan usia yaitu 15-20 tahun sebanyak 36 responden dengan presentase 36%, kemudian 21-25 tahun sebanyak 49 responden dengan presentase 49%, dan 26-30 tahun sebanyak 15 responden dengan presentase 15%. Dapat disimpulkan bahwa usia responden yang paling banyak yaitu pada rentang 21 – 25 tahun.

3. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan responden dapat diklasifikasikan menjadi 4, yaitu:

Tabel 4. 3

Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
1.	Pelajar / Mahasiswa	58	58%

2.	Karyawan	26	26%
3.	Wirausaha	3	3%
4.	Lainnya	13	13%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan data yang diperoleh pada tabel 4.3, dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yaitu pelajar/mahasiswa sebanyak 58 responden dengan presentase 58%, diikuti oleh karyawan sebanyak 26 responden dengan presentase 26%, kemudian wirausaha sebanyak 3 responden dengan presentase 3%, dan lainnya sebanyak 13 responden dengan presentase 13%. Dapat disimpulkan bahwa pekerjaan responden yang paling banyak yaitu pelajar/mahasiswa.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Domisili responden dapat diklasifikasikan menjadi 4, yaitu:

Tabel 4. 4

Domisili Responden

No	Domisili	Frekuensi	Presentase
1.	Banyumas	64	64%
2.	Purbalingga	17	17%
3.	Banjarnegara	6	6%
4.	Cilacap	13	13%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan data yang diperoleh pada tabel 4.4, dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan domisili yaitu domisili Banyumas sebanyak 64 responden dengan presentase 64%, diikuti oleh

Purbalingga yaitu 17 responden dengan presentase 17%, kemudian Banjarnegara sebanyak 6 responden dengan presentase 6%, dan Cilacap sebanyak 17 responden dengan presentase 17%. Dapat disimpulkan bahwa domisili responden yang paling banyak berada di Banyumas.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Mengikuti Salah Satu Media Sosial *NCTzen* Purwokerto

Responden yang mengikuti salah satu media sosial *NCTzen* purwokerto dapat diklasifikasikan menjadi 3, yaitu:

Tabel 4. 5

Pengikut Sosial Media *NCTzen* Purwokerto

No	Media Sosial	Frekuensi	Presentase
1.	Grup WhatsApp	66	66%
2.	Instagram	32	32%
3.	X	2	2%
	Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan data yang diperoleh pada tabel 4.5, dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan mengikuti salah satu media sosial *NCTzen* Purwokerto yaitu Grup WhatsApp sebanyak 66 responden dengan presentase 66%, diikuti oleh Instagram sebanyak 32 responden dengan presentase 32%, dan yang paling sedikit adalah X sebanyak 2 responden dengan presentase 2%. Dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak mengikuti Grup WhatsApp *NCTzen* Purwokerto.

6. Karakteristik Responden Berdasarkan Sudah Pernah atau Tidak Pernah Berwirausaha

Responden yang sudah pernah atau tidak pernah berwirausaha dapat diklasifikasikan menjadi 2, yaitu:

Tabel 4. 6
Pengalaman Berwirausaha Responden

No	Sudah Pernah atau Tidak Pernah	Frekuensi	Presentase
1	Pernah	62	62%
2	Tidak Pernah	38	38%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan data yang diperoleh pada tabel 4.6, dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan pernah atau tidak pernah berwirausaha yaitu responden yang pernah sebanyak 62 dengan presentase 62%, dan yang tidak pernah sebanyak 38 responden dengan presentase 38%. Dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden sudah pernah berwirausaha.

C. Hasil Penelitian

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner penelitian. Menurut Ghozali (2016) untuk mengetahui suatu item pertanyaan valid atau tidak dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Nilai r tabel dapat diperoleh dengan rumus $df = N - 2$ dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ uji dua arah, dimana N adalah jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 100 responden, maka nilai $df = 100 - 2 = 98$, r tabel yang di dapatkan yaitu 0,196. Dasar pengambilan keputusannya yaitu apabila r hitung $>$ r tabel maka item pertanyaan dinyatakan valid, namun apabila r hitung $<$ r tabel maka item pertanyaan dinyatakan tidak valid.

1) Uji Validitas X1 (*Korean wave*)

Terdapat 6 pertanyaan yang ada pada variabel ini, hasil uji validitas menunjukkan sebagai berikut:

Tabel 4. 7

Hasil Uji Validitas X1 (*Korean wave*)

Variabel	No. Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
<i>Korean wave</i> (X1)	X1.1	0,623	0,196	Valid
	X1.2	0,544	0,196	Valid
	X1.3	0,620	0,196	Valid
	X1.4	0,569	0,196	Valid
	X1.5	0,628	0,196	Valid
	X1.6	0,543	0,196	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2025 (SPSS 23)

Berdasarkan tabel 4.7, menunjukkan bahwa semua item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel *Korean wave* (X1) dalam penelitian ini memiliki nilai r hitung > r tabel yaitu 0,196. Maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid dan hasil kuesioner ini dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

2) Uji Validitas X2 (Fanatisme)

Terdapat 6 pertanyaan yang ada pada variabel ini, hasil uji validitas menunjukkan sebagai berikut:

Tabel 4. 8
Hasil Uji Validitas X2 (Fanatisme)

Variabel	No. Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Fanatisme (X2)	X2.1	0,567	0,196	Valid
	X2.2	0,572	0,196	Valid
	X2.3	0,683	0,196	Valid
	X2.4	0,556	0,196	Valid
	X2.5	0,556	0,196	Valid
	X2.6	0,593	0,196	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2025 (SPSS 23)

Berdasarkan tabel 4.8, menunjukkan bahwa semua item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel Fanatisme (X2) dalam penelitian ini memiliki nilai r hitung $>$ r tabel yaitu 0,196. Maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid dan hasil kuesioner ini dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

3) Uji Validitas X3 (Perilaku *Fan Entrepreneurship*)

Terdapat 6 pertanyaan yang ada pada variabel ini, hasil uji validitas menunjukkan sebagai berikut:

Tabel 4. 9
Hasil Uji Validitas X3 (Perilaku *Fan Entrepreneurship*)

Variabel	No. Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
	X3.1	0,577	0,196	Valid
	X3.2	0,734	0,196	Valid

Perilaku Fan Entrepreneurship (X3)	X3.3	0,665	0,196	Valid
	X3.4	0,733	0,196	Valid
	X3.5	0,617	0,196	Valid
	X3.6	0,525	0,196	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2025 (SPSS 23)

Berdasarkan tabel 4.9, menunjukkan bahwa semua item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel Perilaku *Fan Entrepreneurship* (X3) dalam penelitian ini memiliki nilai r hitung $>$ r tabel yaitu 0,196. Maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid dan hasil kuesioner ini dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

4) Uji Validitas Y (Minat Berwirausaha)

Terdapat 6 pertanyaan yang ada pada variabel ini, hasil uji validitas menunjukkan sebagai berikut:

Tabel 4. 10

Hasil Uji Validitas Y (Minat Berwirausaha)

Variabel	No. Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Minat Berwirausaha (Y)	Y.1	0,705	0,196	Valid
	Y.2	0,641	0,196	Valid
	Y.3	0,703	0,196	Valid
	Y.4	0,696	0,196	Valid
	Y.5	0,659	0,196	Valid
	Y.6	0,548	0,196	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2025 (SPSS 23)

Berdasarkan tabel 4.10, menunjukkan bahwa semua item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel Minat Berwirausaha (Y) dalam penelitian ini memiliki nilai r hitung > r tabel yaitu 0,196. Maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid dan hasil kuesioner ini dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi jawaban responden. Pengambilan keputusan pada uji reliabilitas yaitu apabila nilai cronbach's alpha > 0,60 maka suatu item pertanyaan dinyatakan reliabel, sedangkan apabila nilai cronbach's alpha < 0,60 maka suatu item pertanyaan dinyatakan tidak reliabel.

Tabel 4. 11
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Critical Value	Keterangan
<i>Korean wave</i> (X1)	0,621	0,600	Reliabel
Fanatisme (X2)	0,604	0,600	Reliabel
Perilaku Fan Entrepreneurship (X3)	0,691	0,600	Reliabel
Minat Berwirausaha (Y)	0,707	0,600	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2025 (SPSS 23)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 4.11, menunjukkan bahwa variabel *Korean wave* (X1), fanatisme (X2), perilaku *fan entrepreneurship* (X3) dan minat berwirausaha (Y) memiliki nilai cronbach alpha > 0,600. Maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data pada penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji Kolmogorov Smirnov dapat digunakan dalam uji normalitas, dengan dasar pengambilan keputusan apabila signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ maka data berdistribusi normal sedangkan apabila signifikansi atau nilai probabilitas lebih $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel 4. 12
Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual	Keterangan
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	0,111	Berdistribusi normal

Sumber: Data primer yang diolah, 2025 (SPSS 23)

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4.12, menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig sebesar 0,111, dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa penyebaran data pada penelitian ini dinyatakan berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui seberapa besar korelasi diantara variabel-variabel independen. Variabel-variabel independen yang baik seharusnya tidak berkorelasi. Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas yaitu apabila nilai tolerance $> 0,05$ maka tidak terjadi multikoloniearitas, sedangkan apabila nilai tolerance $< 0,05$ maka terjadi multikolonieartias. Selain itu juga dapat diketahui dengan menggunakan VIF dengan kriteria

apabila nilai $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas, sedangkan apabila nilai $VIF > 10$ maka terjadi multikolinearitas.

Tabel 4. 13
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
<i>Korean wave</i> (X1)	0,714	1,402
Fanatisme (X2)	0,613	1,633
Perilaku Fan Entrepreneurship (X3)	0,525	1,906

Sumber: Data primer yang diolah, 2025 (SPSS 23)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.13, menunjukkan bahwa nilai *tolerance* pada variabel *Korean wave* (X1) sebesar 0,714, variabel fanatisme (X2) sebesar 0,613 dan variabel perilaku *fan entrepreneurship* (X3) sebesar 0,525 dimana nilai *tolerance* ketiga variabel tersebut $> 0,1$. Kemudian dapat dilihat nilai VIF pada variabel *Korean wave* (X1) sebesar 1,402, variabel fanatisme sebesar 1,633, dan variabel perilaku *fan entrepreneurship* sebesar 1,906 dimana nilai VIF ketiga variabel tersebut < 10 . Maka dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini tidak terdapat gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah residu pengamatan yang berbeda akan menunjukkan variansi yang berbeda. Regresi yang baik yaitu jika tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam data penelitian dapat menggunakan uji Park dengan dasar pengambilan keputusan apabila nilai signifikansi

> 0,05 maka tidak terdapat heteroskedastisitas, sedangkan apabila nilai signifikansi < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas

Tabel 4. 14

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig.
<i>Korean wave</i> (X1)	0,979
Fanatisme (X2)	0,318
Perilaku Fan Entrepreneurship (X3)	0,351

Sumber: Data primer yang diolah, 2025 (SPSS 23)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 4.14, menunjukkan bahwa nilai sig. pada variabel *Korean wave* (X1) sebesar 0,979, variabel fanatisme (X2) sebesar 0,318, dan variabel perilaku *fan entrepreneurship* (X3) sebesar 0,351 dimana nilai sig semua variabel lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

3. Uji Hipotesis

a. Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui linearitas hubungan antara satu atau lebih variabel independen yaitu *Korean wave* (X1), Fanatisme (X2) dan Perilaku *Fan Entrepreneurship* (X3) dengan variabel dependen yaitu Minat Berwirausaha (Y).

Tabel 4. 15
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.686	2.375		.710	.480
<i>Korean wave</i>	.369	.111	.266	3.333	.001
Fanatisme	.039	.090	.037	.433	.666
Perilaku Fan Entrepreneurship	.584	.099	.551	5.914	.000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber: Data primer yang diolah, 2025 (SPSS 23)

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada tabel 4.15, menunjukkan bahwa:

$$Y = 1.686 + 0.369 X_1 + 0.39 X_2 + 0.584 X_3$$

Maka hasil analisis dan interpretasi yang diperoleh dari persamaan regresi di atas yaitu sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta (a) dari persamaan regresi tersebut sebesar 1,686, dapat diartikan bahwa apabila ketiga variabel independen yaitu *Korean wave*, fanatisme dan perilaku fan entrepreneurship bernilai nol (0), maka nilai konstanta dapat menaikkan angka minat berwirausaha pada *NCTzen* Purwokerto sebesar 1,686
- 2) B1 (nilai koefisien regresi X1) sebesar 0,369, dapat diartikan jika terjadi kenaikan 1 satuan pada variabel *Korean wave* (X1) maka variabel minat berwirausaha (Y) akan meningkat pada *NCTzen* Purwokerto sebesar 0,369. Koefisien bernilai positif yang dapat diartikan apabila para penggemar dapat memanfaatkan dengan baik adanya fenomena *Korean wave* maka akan meningkatkan minat berwirausaha.
- 3) B2 (nilai koefisien regresi X2) sebesar 0,039, dapat diartikan jika terjadi kenaikan 1 satuan pada variabel fanatisme (X2) maka

variabel minat berwirausaha (Y) akan meningkat pada *NCTzen* Purwokerto sebesar 0,039. koefisien bernilai positif yang dapat diartikan apabila apabila dapat memanfaatkan dengan baik perilaku fanatisme penggemar terhadap idolanya maka akan meningkatkan minat berwirausaha.

- 4) B3 (nilai koefisien regresi X3) sebesar 0,584, dapat diartikan jika terjadi kenaikan 1 satuan pada variabel perilaku fan entrepreneurship (X3) maka variabel minat berwirausaha (Y) akan meningkatkan pada *NCTzen* Purwokerto sebesar 0,584. Koefisien positif yang dapat diartikan apabila seorang penggemar dapat memanfaatkan kesenangannya untuk berwirausaha maka akan meningkatkan minat berwirausaha.

b. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Nilai yang digunakan untuk mengukur pengaruh tersebut yaitu 0-1, dimana apabila nilai R Square semakin mendekati 0 maka semakin kecil pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen, sedangkan apabila nilai R Square semakin mendekati 1 maka semakin besar pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini menggunakan nilai adjust R square karena variabel independen yang digunakan lebih dari satu.

Tabel 4. 16

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.751 ^a	.563	.550	2.008

a. Predictors: (Constant), Perilaku Fan Entrepreneurship, *Korean wave*, Fanatisme

Sumber: *Data primer yang diolah, 2025 (SPSS 23)*

Berdasarkan tabel 4.16, dapat diketahui bahwa nilai adjust R square sebesar 0,550 (55%) yang artinya variabel *Korean wave*, fanatisme, dan perilaku *fan entrepreneurship* mempengaruhi Minat

berwirausaha *NCTzen* Purwokerto sebesar 55%, sedangkan sisanya 45% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

c. Uji Parameter Individual (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan pada uji t yaitu apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$ maka H_0 diterima, sehingga dapat dikatakan adanya hubungan signifikan antara variabel independen dengan dependen, sedangkan apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$ maka H_0 ditolak, sehingga dapat dikatakan tidak adanya hubungan signifikan antara variabel independen dengan dependen.

Tabel 4. 17

Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.686	2.375		.710	.480
<i>Korean wave</i>	.369	.111	.266	3.333	.001
Fanatisme	.039	.090	.037	.433	.666
Perilaku Fan Entrepreneurship	.584	.099	.551	5.914	.000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber: Data primer yang diolah, 2025 (SPSS 23)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.17 menunjukkan bahwa:

- 1) *Korean wave* memiliki nilai t hitung sebesar 3,333 yang lebih besar dari t tabel yaitu 1,984, dengan nilai signifikansi 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa *Korean wave* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada *NCTzen* Purwokerto.
- 2) Fanatisme memiliki nilai t hitung sebesar 0,433 yang lebih kecil dari 1,984, dengan signifikansi 0,666 yang lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa fanatisme tidak berpengaruh

signifikan terhadap minat berwirausaha pada *NCTzen* Purwokerto.

- 3) Perilaku *fan entrepreneurship* memiliki t hitung sebesar 5,914 yang lebih besar dari 1.984, dengan signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa perilaku *fan entrepreneurship* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada *NCTzen* Purwokerto.

d. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusannya yaitu apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$ maka H_0 diterima, sehingga dapat dikatakan terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen dan dependen, sedangkan apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$ maka H_0 ditolak, sehingga dapat dikatakan tidak terdapat hubungan yang cukup besar antara variabel independen dan dependen.

Tabel 4. 18

Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	499.160	3	166.387	41.280	.000 ^b
Residual	386.950	96	4.031		
Total	886.110	99			

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

b. Predictors: (Constant), Perilaku Fan Entrepreneurship, *Korean wave*, Fanatisme
Sumber: Data primer yang diolah, 2025 (SPSS 23)

$$F_{tabel} = F(k : n - k)$$

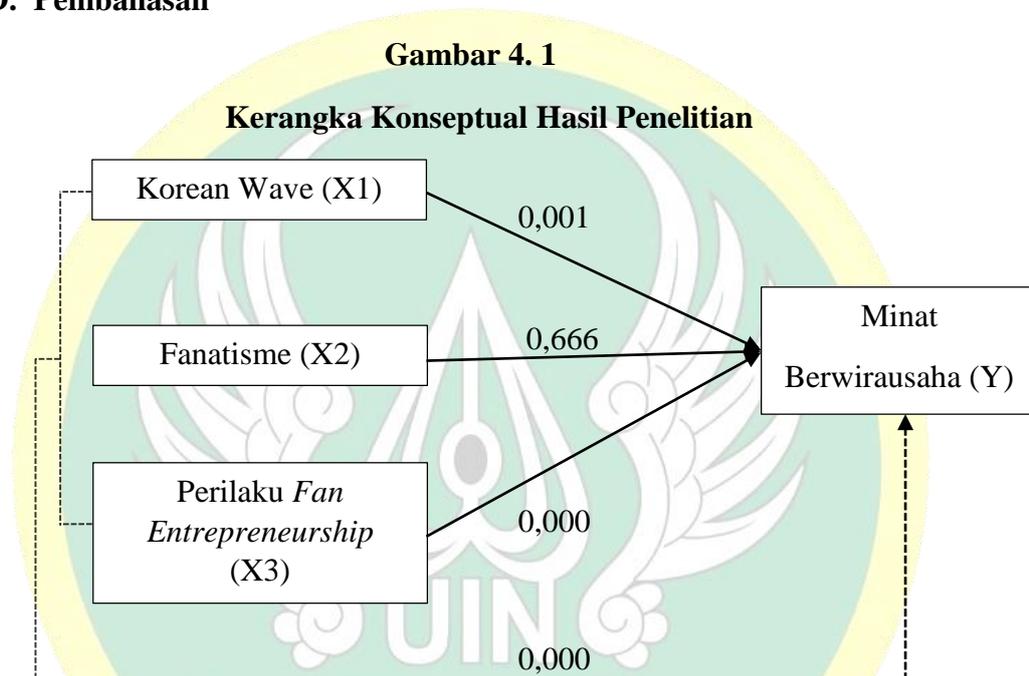
$$F(3 : 100 - 3)$$

$$F(3 : 97)$$

$$F = 2,70$$

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.18 dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 41,280 lebih besar dari F tabel 2,70 dengan nilai signifikansi 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Korean wave* (X1), fanatisme (X2), dan perilaku *fan entrepreneurship* (Y) secara simultan berpengaruh terhadap variabel minat berwirausaha (Y)

D. Pembahasan



1. Pengaruh *Korean wave* Terhadap Minat Berwirausaha

Menurut Tjoe & Kim (2016), *Korean wave* adalah budaya pop modern dari Korea Selatan yang telah menyebar ke berbagai negara. Hal ini mencakup musik pop (*K-Pop*), serial drama (*K-Drama*), film, video game, animasi, fashion, makanan (*K-Food*) dan *make up* serta *skincare*. Menurut S. J. Lee (2011), *Korean wave* atau *hallyu* menjadi garda terdepan dalam *K-Drama* dan *K-Pop* karena sangat membantu untuk mempromosikan produk budaya Korea lainnya.

Hipotesis pertama (H1) penelitian ini menduga bahwa variabel *Korean wave* berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada *NCTzen*

Purwokerto. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Korean wave* memiliki nilai t hitung $3,333 > t$ tabel $1,984$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ yang artinya hipotesis pertama (H1) diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa *Korean wave* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Berdasarkan jawaban responden pada item pertanyaan terbuka pada penelitian ini terkait alasan apa yang membuat responden tertarik terhadap *Korean wave* menunjukkan bahwa alasan utamanya yaitu *K-Pop*, karena musik yang berkualitas, koreografi yang *energic* dan *iconic*, makna lagu dan *attitude* para idol yang dapat memotivasi, menjadi penghibur ketika bosan serta representasi budaya Korea Selatan yang unik dan menarik. *K-Drama* menjadi alasan kedua, karena *K-Drama* menarik minat publik dengan menyuguhkan cerita yang berkualitas dan berbeda dari negara lain. Selain itu *fashion* yang digunakan *idol*, *actor* atau *actress* serta *influencer* Korea juga mencuri perhatian publik karena dianggap *trendy* dan *aesthetic*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lazzuaarda, 2022) yang membuktikan bahwa *Korean wave* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, karena semakin banyak mengikuti *Korean wave*, maka keinginan untuk membeli atau menggunakan produk yang berkaitan dengan idolnya semakin besar, sehingga uang yang dibutuhkan untuk memenuhi keinginannya juga lebih banyak, maka minat berwirausaha akan semakin meningkat karena *NCTzen* membutuhkan banyak uang dan melihat adanya peluang berwirausaha dibidang ini baik dalam bentuk barang atau jasa.

Munculnya kebudayaan-kebudayaan non muslim tidak bisa dihindari termasuk salah satunya yaitu *Korean wave*, dimana fenomena ini akan terus ada tanpa batas waktu. Islam menyebutkan bahwa tidak ada larangan untuk menyukai sesuatu asalkan hal tersebut membawa dampak positif kepada diri kita, hal ini sesuai dengan Q.S Al-Ahzab ayat

21 yang mengkombinasikan meneladani sifat Nabi Muhammad dan mengambil sisi positif dari *Korean wave*.

2. Pengaruh fanatisme terhadap minat berwirausaha

Menurut Goddard (2001), fanatisme merupakan pendapat atau gagasan positif atau negatif yang dipegang teguh oleh seseorang atau kelompok yang sulit diubah, meskipun hal tersebut tidak memiliki dasar teori atau bukti nyata. Fanatisme adalah keyakinan terhadap suatu hal yang bersifat fanatik dan sering dikaitkan dengan sesuatu yang berlebihan. Sikap fanatik lebih banyak terjadi di lingkungan dan terwujud dalam tindakan individu atau kelompok.

Hipotesis kedua (H2) penelitian ini menduga bahwa variabel fanatisme berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa fanatisme tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada *NCTzen* Purwokerto. Hasil pengujian menunjukkan bahwa t hitung $0,433 < t$ tabel yaitu $1,984$ dan nilai signifikansi $0,666 > 0,05$ yang artinya hipotesis kedua (H2) ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa fanatisme tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Berdasarkan jawaban responden pada item pertanyaan terbuka pada penelitian ini terkait seberapa penting *NCT* bagi hidup responden menunjukkan bahwa hadirnya *NCT* itu penting, mayoritas responden menganggap bahwa *NCT* menjadi penghibur, dan *support system* ketika lelah dengan pekerjaan atau tugas, namun tidak membenarkan dan mempertahankan tindakan yang salah baik itu dari *NCT* sendiri atau pihak lain yang berkaitan dengan *NCT*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Isfaiyah (2022) pada penggemar *Seventeen* di Indonesia. Penelitian tersebut membuktikan bahwa fanatisme tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa fanatisme tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, hal ini dikarenakan oleh banyak responden yang

menjadikan *NCT* sebagai *figure* penghibur untuk bersenang-senang, memotivasi, serta mendukung *NCT* dalam hal yang positif sebagai bentuk *feed back* atau rasa terimakasih sebagai penggemar, bukan mendukung segala aktivitas *NCT* bahkan yang negatif. Meskipun fanatisme yang sering kali dikaitkan dengan hal yang negatif tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha, tetapi penggemar bisa memanfaatkan hal positifnya untuk mendirikan usaha dibidang ini, karena *NCTzen* pasti ingin membeli barang-barang yang berkaitan dengan idolanya seperti album, *merchandise*, dan lain sebagainya sebagai bentuk kontribusi dan dukungan untuk kesuksesan idolanya.

Fanatisme dalam islam terbagi menjadi 2 yaitu fanatisme positif dan negatif, Allah SWT melarang manusia untuk bertindak berlebihan terhadap agama atau sesuatu yang dapat menyesatkan diri sendiri dan orang lain, serta melanggar hukum syariah karena mengejar keinginan pribadi. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Q.S Al-Maidah ayat 77 bahwa kita tidak boleh berlebihan dalam menyukai atau mendukung hal yang kita suka.

3. Pengaruh perilaku *fan entrepreneurship* terhadap minat berwirausaha

Menurut Otmazgyn (2019) *fan entrepreneurship* merupakan seorang penggemar yang juga seorang wirausaha. *Fan* atau penggemar dipandang sebagai agen utama untuk menyebarkan minat terhadap *Korean wave* dan membangun pasar baru untuk produk budaya Korea. Sebagai penjual dan pembeli, mereka bertindak menjembatani budaya Korea dan pasar luar negeri. Sekarang ini, para penggemar banyak yang memanfaatkan jaringan pribadi dan infrastruktur sosial dari setiap perusahaan kontemporer untuk mengembangkan bisnis mereka yang berhubungan dengan *Korean wave*.

Hipotesis ketiga (H3) penelitian ini menduga bahwa variabel perilaku *fan entrepreneurship* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada *NCTzen* Purwokerto. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai t hitung 5,914 > t tabel yaitu 1,984 dan nilai signifikansi

0,000 < 0,05 yang artinya hipotesis ketiga (H3) diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa perilaku *fan entrepreneurship* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Sebagai penggemar yang juga seorang wirausaha, menggemari sesuatu dapat menambah minat mereka untuk membuat usaha baru dibidang tersebut.

Berdasarkan jawaban responden pada item pertanyaan terbuka pada penelitian ini terkait sebagai *NCTzen* seberapa puas apabila dapat berwirausaha dibidang yang disukai menunjukkan bahwa dengan berwirausaha dibidang ini responden akan merasa sangat puas, karena tidak hanya mendapatkan keuntungan berupa uang, tetapi juga rasa senang dan *enjoy* ketika berwirausaha, serta sebuah pencapaian karena menjadi penggemar yang sukses dengan memanfaatkan hal yang disukai yaitu *NCT* untuk mendirikan bisnis.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fildzah Masturah et al., 2021) yang membuktikan bahwa perilaku *fan entrepreneurship* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal ini dikarenakan seorang *NCTzen* lebih mengetahui kebutuhan dan keinginan *NCTzen* lainnya, selain itu mereka juga lebih *up to date* terhadap barang yang sedang laku dipasaran, sehingga lebih mudah untuk menjalankan bisnis dibidang ini dan menjual produk yang paling banyak diminati oleh konsumen, serta bisa lebih mudah bersaing di pasar. Oleh karena itu, minat berwirausaha penggemar di bidang ini akan meningkat, dimana dengan memanfaatkan hal yang disukai untuk mendirikan bisnis akan meningkatkan performa dalam berwirausaha seperti terus mencari cara agar penjualannya semakin meningkat, karena hal tersebut dianggap menyenangkan dan mendukung hobi mereka.

Fan entrepreneurship merupakan kegiatan positif dimana penggemar tidak hanya sekedar bersenang senang, tetapi juga memanfaatkan kesenangannya untuk berwirausaha dan menambah penghasilan, sebagaimana disebutkan dalam Q.S At Taubah ayat 105 bahwa manusia tidak boleh membuang-buang waktu untuk kegiatan

yang tidak produktif, lebih baik untuk meningkatkan kualitas kerja dengan selalu memohon petunjuk dari Allah SWT.

4. Pengaruh *Korean wave*, fanatisme dan perilaku *fan entrepreneurship* terhadap minat berwirausaha

Korean wave, fanatisme dan perilaku *fan entrepreneurship* merupakan hal yang identik dengan *K-Pop*, ketiga hal tersebut saling berhubungan satu sama lain. Banyak hal yang direpresentasikan oleh *K-Pop*, yang membuat seorang penggemar yang awalnya hanya menyukai musik menjadi menyukai segala sesuatu yang berhubungan dengan idolanya yang berhubungan dengan *Korean wave*.

Hipotesis keempat (H4) penelitian ini menduga bahwa variabel *Korean wave*, fanatisme dan perilaku *fan entrepreneurship* berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada *NCTzen* Purwokerto. Hasil pengujian menunjukkan bahwa F hitung $41,280 > f$ tabel $2,70$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Kemudian koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar $0,550$ (55%) yang artinya variabel *Korean wave*, fanatisme, dan perilaku *fan entrepreneurship* secara simultan mempengaruhi minat berwirausaha *NCTzen* Purwokerto sebesar 55% , sedangkan sisanya 45% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Maka dapat disimpulkan variabel *Korean wave*, fanatisme dan perilaku *fan entrepreneurship* secara simultan berpengaruh terhadap minat berwirausaha maka hipotesis keempat diterima.

Berdasarkan jawaban responden pada item pertanyaan terbuka pada penelitian ini terkait seberapa jauh peluang *Korean wave* yang ada dapat membuat responden berminat untuk berwirausaha menunjukkan bahwa peluang untuk berwirausaha cukup jauh, hal ini dikarenakan peminat produk-produk yang berkaitan dengan *Korean wave* khususnya *K-Pop* sangat banyak, sehingga permintaan dari pasar juga banyak. Selain itu, di zaman yang serba digital ini jangkauan pemasarannya luas karena penjualan bisa dilakukan di berbagai *e-commerce* dengan mempromosikannya di media sosial.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab IV dari pengaruh budaya *Korean wave*, fanatisme dan perilaku *fan entrepreneurship* terhadap minat berwirausaha (studi kasus pada penggemar *K-pop* di komunitas *NCTzen* Purwokerto), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Korean wave* (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha penggemar *K-pop* di komunitas *NCTzen* Purwokerto, karena variabel *Korean wave* memiliki nilai t-hitung $3,333 > t$ tabel $1,984$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Hal ini dikarenakan semakin banyak mengikuti atau menggunakan produk *Korean wave*, maka uang yang dibutuhkan *NCTzen* semakin besar, sehingga minat berwirausaha akan semakin meningkat karena banyak hal yang dapat dijadikan peluang untuk berwirausaha dibidang ini baik dalam bentuk barang atau jasa.
2. Fanatisme (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha penggemar *K-pop* di komunitas *NCTzen* Purwokerto, karena variabel fanatisme memiliki nilai t hitung $0,433 < t$ tabel $1,984$ dan nilai signifikansi $0,666 > 0,05$. Hal ini dikarenakan anggota komunitas *NCTzen* Purwokerto menyukai *NCT* lebih ke arah yang positif seperti menjadi penghibur atau *support system*, sedangkan hal negatif seperti rasis terhadap penggemar grup lain atau tetap percaya pada idolanya meskipun dia berbuat salah tidak mereka lakukan. Sehingga fanatisme yang sering dianggap sebagai hal yang negatif tidak mempengaruhi minat berwirausaha anggota komunitas *NCTzen* Purwokerto.
3. Perilaku *fan entrepreneurship* (X3) berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha penggemar *K-pop* di komunitas *NCTzen* Purwokerto, karena variabel perilaku *fan entrepreneurship* memiliki

nilai t hitung $5,914 > t$ tabel $1,984$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini dikarenakan ketika penggemar berwirausaha dengan memanfaatkan hal yang disukai maka performanya dalam berwirausaha akan meningkat, karena hal tersebut dianggap menyenangkan dan penggemar tersebut *enjoy* dalam menjalaninya. Selain itu, seorang penggemar juga lebih mengetahui kebutuhan dan keinginan penggemar lainnya.

4. *Korean wave*, fanatisme dan perilaku *fan entrepreneurship* secara simultan berpengaruh terhadap minat berwirausaha penggemar *K-pop* di komunitas *NCTzen* Purwokerto, karena memiliki nilai f hitung $41,280 > f$ tabel $2,70$ dan nilai signifikansi $0,000 > 0,05$. Hal ini dikarenakan peminat produk-produk yang berkaitan dengan *Korean wave* khususnya *K-Pop* sangat banyak, sehingga permintaan di pasar juga banyak. Selain itu, di zaman yang serba digital ini jangkauan pemasarannya lebih luas karena penjualan bisa dilakukan di berbagai *e-commerce* dengan mempromosikannya di media sosial.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang di dapat dari dari pengaruh *Korean wave*, fanatisme dan perilaku *fan entrepreneurship* terhadap minat berwirausaha (studi kasus pada penggemar *K-pop* di komunitas *NCTzen* Purwokerto), maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi peminat *Korean wave* untuk menyadari adanya pasar dan peluang berwirausaha yang menjanjikan dibidang ini, oleh karena itu diharapkan agar peminat *Korean wave* lebih *up to date* dan mempelajari *trend* yang sedang berkembang agar bisa membuat produk atau jasa yang inovatif dan dapat laku dipasaran. Selain itu peminat *Korean wave* khususnya anggota komunitas *NCTzen* Purwokerto juga diharapkan dapat mengurangi fanatisme terhadap idolanya dan lebih meningkatkan jiwa kewirausahaan yang dapat menambah penghasilan.
2. Bagi pemerintah untuk mendukung wirausahawan berbasis *Korean wave* dengan pelatihan untuk meningkatkan daya saing bisnis serta,

mendorong ekspor produk lokal dengan sentuhan budaya Korea untuk memperluas pasar global.

3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk memperbanyak sampel penelitian dengan populasi yang lebih luas, serta dapat menambahkan variabel media sosial yang relevan dengan perkembangan zaman saat ini agar didapatkan hasil penelitian yang lebih baik.



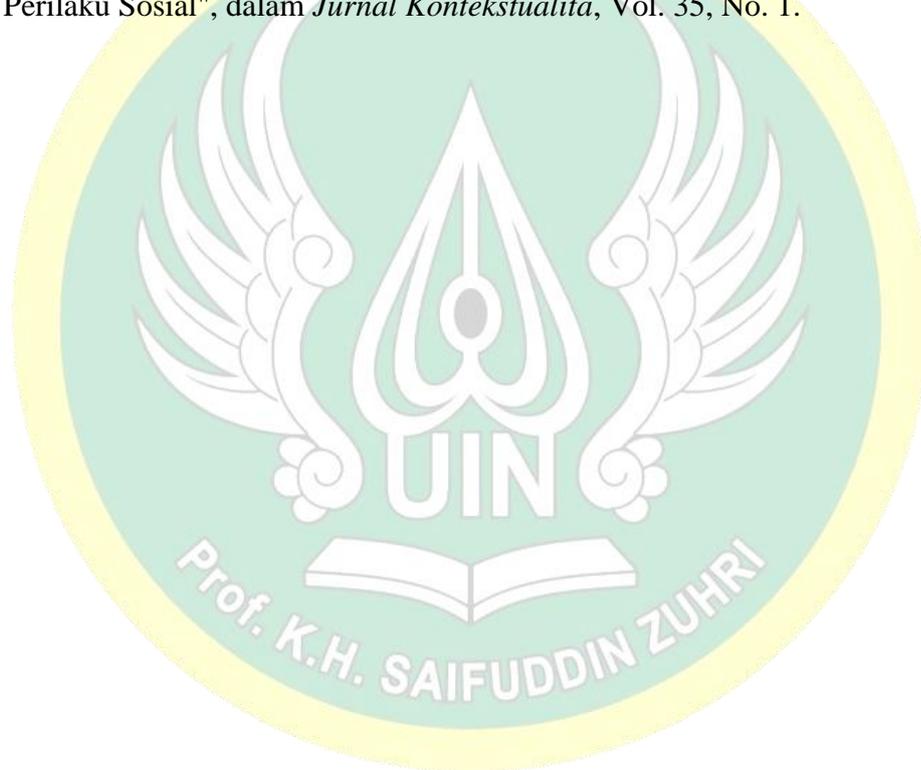
DAFTAR PUSTAKA

- Aisyahrani, A. 2024. "Peran Kewirausahaan dalam meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat", dalam *BENEFIT: Jurnal Of Bussiness, Economics, and Finance*, Vol. 2, No. 1
- Amelia, D, et al. 2023. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Amin, N. F, et al. 2023. "Populasi dan Sampel", dalam *Jurnal Pilar*, Vol. 14, No.1
- Andini, D. P. dan Engriani, Y. 2019. "Pengaruh Self-Efficacy, Tolerance for Risk, dan Kebebasan dalam Bekerja terhadap Minat Entrepreneurship Mahasiswa Universitas Negeri Padang", dalam *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, Vol. 1, No. 4
- Anggraeni, D. 2021. "Tren Usaha Merchandise K-pop : Photocard Decoration", dalam *Prosiding National Seminar on Accounting , Finance*, Vol.1, No. 11.
- Aziz, F. A. 2016. *Manajemen Kewirausahaan Islami*. Yogyakarta: Edite Pustaka
- Chaerunnisa, et al. 2023. "Peran Entrepreneurship Dalam Memajukan Perekonomian Indonesia", dalam *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. 2, No. 2
- Deva Ningrum, et al. 2022. "Analisis Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI", dalam *Jurnal PROFIT: Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, Vol. 9, No. 1
- Eliani, J. et al. 2018. "Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial pada Penggemar Idola K-Pop", dalam *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, Vol. 3, No. 1
- Febriany, S. F. et al. 2022. "Agresi verbal di media sosial pada remaja penggemar K-Pop: Bagaimana peranan fanatisme?", dalam *Jurnal of Psychological Research*, Vol. 1, No. 4
- Fildzah Masturah, W. et al. 2021. "*Korean wave* Cultural Influence And Fan Entrepreneurship Behaviortowards Entrepreneurial Interests (Case Study On S1 Management Student, USU Faculty of Economics And Business)", dalam *Journal Of Management Analitical and Solution (JoMAS)*, Vol. 1, No. 1
- Fruly. 2016. "Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda Di Kota Manado" dalam *Jurnal Holistik*, Vol. 18, No. 2.
- Hendayana, Y. dan Afifah, N. 2021. "Pengaruh Brand Ambassador Dan *Korean wave* Terhadap Minat Belanja Online Melalui Marketplace Tokopedia", dalam *Jurnal Kinerja*, Vol. 3, No.1
- Hutabarat, Zoel. 2020. "Pengaruh Theory of Planed Behavior Terhadap

- Entrepreneurial Intention Mahasiswa di Tangerang)", dalam *Jurnal ULTIMA Management*, Vol. 12, No. 2
- Lazuarda, S. A. 2022. "Peran Gelombang Korea (*Korean wave*) Terhadap Creative Business Masyarakat di Provinsi Jawa Timur", dalam *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, Vol. 6, No. 1
- Linggarwati, T. et al. 2021. "Persepsi Siswa Sekolah Menengah Atas di Purwokerto terhadap Gelombang Budaya Korea (*Korean wave*) dan Implikasinya bagi Ketahanan Budaya Daerah", dalam *Jurnal Ketahanan Nasional*, Vol. 27, No 2.
- Lolonto, C. D. C. 2024. "Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Minat Beli Merchandise Kpop (Studi Pada Penggemar Kpop Di Kota Gorontalo)", dalam *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Vol. 10, No 1.
- Madaniya, N. 2024. "Perilaku Konsumtif K-Pop Fans Berdasarkan Teori Konsumsi Al Ghazali", dalam *Jurnal Istiqro; Jurnal Hukum Islam*, Vol. 10, No. 2
- Mahardika. et al. 2022. "Budaya *Korean wave* Sebagai Komoditas Industri Media Indonesia", dalam *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, Vol. 5, No. 1
- Nadzaruddin, A. et al. 2023. "Mengembangkan Hobi Menjadi Peluang Bisnis Garlid Adventure", dalam *Jurnal Usaha*, Vol. 4, No. 1.
- Najib, M. dan Firmansyah, R. 2023. "Moderasi Islam dalam Al-Qur ' an : Studi Komparatif Tafsir Al-Azhar , Al- Misbah dan Kemenag", dalam *Jurnal Iman Dan Spiritual*, Vol. 3, No. 3
- Nastiti, D. 2021. *Buku Ajar Asesmen Minat Dan Bakat Teori Dan Aplikasinya*. Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Nasution, A. N. A. R. 2021. "Pengaruh Brand Ambassador, Perilaku Konsumtif, Dan Fanatisme Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Konsumen Penggemar Boygroup Korea Nct 127 Di Indonesia)", *Skripsi*. Semarang: UIN Walisongo.
- Nurdin, F. 2020. "Pandangan Al-Qur'an dan Hadist Terhadap Etos Kerja", dalam *Jurnal Ilmiah Al-Mu'ashirah*, Vol. 17, No. 1
- Otmazgin dan Lyan. 2019. "Fan Entrepreneurship: Fandom, Agency, and the Marketing of Hallyu in Israel", dalam *Kritika Kultura*, Vol. 32.
- Prasanti, R. H. dan Dewi, A. I. N. 2020. "Dampak Drama Korea Terhadap Pendidikan Remaja", dalam *Jurnal Pendidikan*, Vo. 11, No. 2
- Purwanto, N. et al. 2022. *Teori of Palned Behavior Implementasi Perilaku Electronic Word of Mouth pada Konsumen Marketplace*. Malang: CV Literasi Nusantara Abadi
- Rahim, R. 2021. *Metode Kuantitatif (Teori dan Praktik) Pengantar Metode Penelitian Kuantitatif*. Tasikmalaya: Rumah Cemerlang Indonesia.

- Rahma, M. D. dan Fauzi, A. M. 2023. "Fanatisme Remaja Penggemar Musik Populer Korea (K-Pop) Pada Budaya K-Pop Dalam Komunitas Exo-L Di Surabaya", dalam *Jurnal Paradigma*, Vol. 12, No. 1.
- Rahmatika, N. 2024. "Profil 6 Member NCT Wish, Mayoritas asal Jepang". diakses pada 12 September 2024 dari <https://www.marketeers.com/profil-6-member-nct-wish-mayoritas-asal-jepang/>, diakses pukul 20.33.
- Rosa, D. F. 2022. "Apa Singkatan dari NCTzen? Ternyata Ini Arti dan Bedanya dengan Sijeuni". diakses pada 12 September 2024 dari <https://www.jatimnetwork.com/hiburan/pr-434786248/apa-singkatan-dari-NCTzen-ternyata-ini-arti-dan-bedanya-dengan-sijeuni>, diakses pukul 21.15.
- Rosyida, S. H. dan Priantilianingtiasari, R. 2023. "Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Pelanggan dan Letak Geografis Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Via Salon Trenggalek", dalam *Jurnal Maneksi*, Vol. 12, No.
- Sahir, S. H. 2022. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: KBM Indonesia.
- Sanaji, A. K. 2021. "Pengaruh Loyalitas dan Fanatisme Supporter pada Klub Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Orisinal: Studi Pada Supporter Persela Lamongan", dalam *Jurnal Maksipreneur*, Vol. 10, No. 2.
- Saputra, M. N. A. 2021. Karakter Entrepreneur Dalam Islam, dalam *Jurnal Studi Keislaman*, Vol. 7, No. 1
- Saputri, T. W., dan Syamantha, A. 2023. "Motivasi dan Kreativitas Berwirausaha", dalam *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, Vol. 1, No. 2.
- Sochimin. 2017. "Student's Passion on Entrepreneurship (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto)", dalam *Jurnal El-Jizya*, Vol. 5, No. 2.
- Sugiyono, D. 2010. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suhara, A. 2016. Pengaruh Fanatisme Mazhab Terhadap Keberhasilan Dakwah. *Jurnal WARAQAT*, Vol. 1, No. 1
- Suryandari S. Y., dan Sulasih. 2017. "Analisa Kekuatan Yang Mendorong Pertumbuhan Kewirausahaan Mahasiswa IAIN Purwokerto", dalam *Jurnal El-Jizya*, Vol. 5, No. 2.
- Utomo, K. W. (2021). *ISLAMIC ENTREPRENEURSHIP Konsep Berwirausaha Ilahiyah*. Edu Pustaka.
- Valenciana, C. dan Pudjibudojo, J. K. K. 2022. "Korean wave; Fenomena Budaya Pop Korea pada Remaja Milenial di Indonesia", dalam *Jurnal Diversita*, Vol. 8, No. 2.

- Widhiastui, N. L. P. dan Dewi, N. L. P. S. 2020. "Minat Berwirausaha dan Faktor Faktor Yang Mempengaruhinya", dalam *Jurnal Riset Akuntansi*, Vol 1, No. 2.
- Wijayanti, R. 2018. "Membangun Entrepreneurship Islami dalam Perspektif Islam", dalam *Cakrawala: Jurnal Studi Islam*, Vol. 13, No. 1
- Yasri, Wirda. 2024. "Fenomena Mnegidolakan K-Pop di Kalangan Mahasiswa UIN Ar-Rainy dan relevansi dengan Surat Al Ahzab Ayat 21", *Skripsi*, Banda Aceh: UIN Ar-Rainy
- Yuliawan, B. A. P. dan Subakti, G. E. 2022. "Pengaruh Fenomena *Korean wave* (K-Pop dan K-Drama) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam", dalam *Jurnal Penelitian Keislaman*, Vol. 18, No. 1.
- Zulkarnain, Z. dan Haq, Z. 2020. "Pengaruh Fanatisme Keagamaan terhadap Perilaku Sosial", dalam *Jurnal Kontekstualita*, Vol. 35, No. 1.



LAMPIRAN - LAMPIRAN



Lampiran 1 - Kuesioner Penelitian

LEMBAR KUESIONER

PENGARUH KOREAN WAVE, FANATISME DAN PERILAKU FAN ENTREPRENEURSHIP TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA

(Studi Kasus pada Penggemar K-Pop di Komunitas NCTzen Purwokerto)

Assalamu'alaikum wr.wb

Perkenalkan saya Ani Azizah, mahasiswi program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang saat ini sedang melakukan penelitian untuk skripsi, dengan ini saya memohon kesediaan saudara/i untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner saya dengan kriteria sebagai berikut:

1. Berusia 15-30 tahun
2. Berdomisili di Banyumas, Purbalingga, Banjarnegara, Cilacap
3. Mengikuti salah satu social media komunitas NCTzen Purwokerto (Grup WhatsApp, Instagram, X)

Besar harapan saya saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan sebenarnya. Segala data informasi yang diperoleh dari kuesioner ini hanya untuk kepentingan penelitian dan dijaga kerahasiannya. Demikian surat permohonan ini saya buat, atas kesediaan dan partisipasinya saya ucapkan Terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Purwokerto, 9 Desember 2024

Hormat Saya,



Ani Azizah

NIM. 214110201141

ANGKET KUESIONER

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 - Laki-laki
 - Perempuan
3. Usia :
 - 15-20 Tahun
 - 21-25 Tahun
 - 26-30 Tahun
4. Pekerjaan :
 - Pelajar
 - Mahasiswa
 - Karyawan
 - Lainnya
5. Domisili :
 - Banyumas
 - Purbalingga
 - Banjarnegara
 - Cilacap
6. Mengikuti salah satu media sosial *NCTzen* Purwokerto
 - Grup WhatsApp
 - Instagram
 - X
7. Apakah anda sudah pernah berwirausaha?
 - Ya
 - Tidak

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Bacalah pernyataan terlebih dahulu dengan cermat
2. Pilihlah salah satu jawaban dari setiap pertanyaan yang paling sesuai dengan keadaan diri anda agar memperoleh data yang benar, akurat dan objektif.
3. Kriteria pilihan sebagai berikut:

SS	:	Sangat Setuju
S	:	Setuju
N	:	Netral
TS	:	Tidak Setuju
STS	:	Sangat Tidak Setuju

C. Pertanyaan Kuesioner

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS (1)	S (2)	N (3)	TS (4)	STS (5)
A. Korean wave (X1)						
1.	Saya mengetahui budaya Korea selatan yang menarik minat internasional seperti <i>K-Pop, K-Drama, K-Beauty, K-Fashion, dan K-Food</i>					
2.	Saya memahami istilah-istilah yang sering digunakan dalam K-Pop dan K-Drama (misalnya: " <i>bias</i> ", " <i>maknae</i> ", dan " <i>hallyu</i> ")					

3.	Saya sangat tertarik dengan <i>K-Pop</i> dan <i>K-Drama</i> setelah saya mendengar dan menontonnya					
4.	Saya mengonsumsi atau menggunakan produk asal korea selatan (<i>fashion, skincare, food, dan lain-lain</i>)					
5.	Saya percaya bahwa <i>Korean wave</i> memiliki dampak positif pada kehidupan saya					
6.	Kualitas konten hiburan Korea lebih baik dibandingkan dengan konten hiburan dari negara lain					
7.	Menurut anda, apa yang membuat anda tertarik dengan <i>Korean wave</i>					
B. Fanatisme						
1.	Saya memberikan dukungan kepada idola saya seperti <i>voting</i> dan <i>streaming</i>					
2.	Mood saya berubah menjadi lebih baik ketika melihat konten terbaru <i>NCT</i>					
3.	Antusiasme saya terhadap <i>NCT</i> tidak pernah berkurang meskipun waktu telah berlalu					
4.	Bagi saya <i>NCT</i> adalah <i>boygrup</i> yang berbakat, unik dan berbeda dari <i>boygrup</i> lainnya					
5.	Saya akan membalas komentar jahat yang ditujukan untuk idola saya					

6.	Saya akan tetap percaya kepada idola saya sekalipun ada berita buruk					
7.	Menurut anda, seberapa penting NCT bagi hidup anda					
C. Perilaku Fan Entrepreneurship						
1.	Saya melihat adanya peluang usaha dari perilaku seorang <i>fans</i> yang umumnya suka mengoleksi hal-hal yang berhubungan dengan idolanya					
2.	Saya akan berusaha membuat inovasi produk yang dapat dijual sebagai seorang <i>fans</i>					
3.	Saya yakin kemampuan saya dapat menyesuaikan dengan selera pasar yang berubah-ubah					
4.	Saya percaya bahwa bisnis saya dapat memberikan kontribusi positif terhadap pemahaman budaya Korea di masyarakat saya					
5.	Saya senang apabila banyak <i>NCTzen</i> yang antusias terhadap produk wirausaha saya (merchandise, K-food, K-fashion, K-beauty)					
6.	Saya sering berinteraksi dengan teman-teman <i>NCTzen</i> Purwokerto					
7.	Menurut anda, apakah anda sebagai <i>NCTzen</i> merasa puas apabila dapat berwirausaha dibidang yang anda suka					

D. Minat Berwirausaha					
1.	Saya merasa senang bila dapat mendirikan usaha dengan kemampuan saya sendiri				
2.	Saya merasa senang jika hasil berwirausaha bisa memenuhi segala kebutuhan saya				
3.	Saya ingin berwirausaha untuk mendapatkan penghasilan tambahan karena kebutuhan sebagai <i>NCTzen</i> sangat banyak				
4.	Majunya teknologi memberi kemudahan kepada saya untuk melakukan promosi bisnis				
5.	Saya memilih berwirausaha karena sepengetahuan saya berwirausaha memiliki kebebasan penuh dan tidak ada yang mengatur				
6.	Saya pernah mengikuti pelatihan atau <i>workshop</i> terkait kewirausahaan				
7.	Menurut anda, seberapa jauh peluang yang ada dapat membuat anda berminat untuk berwirausaha				

Lampiran 2 - Hasil Data Responden

No Responden	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Domisili	Mengikuti Social Media NCTzen Purwokerto	Pernah Berwirausaha
1	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Instagram	Tidak
2	Perempuan	15 - 20 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Grup WhatsApp	Tidak
3	Perempuan	21 - 25 Tahun	Lainnya	Purbalingga	Grup WhatsApp	Ya
4	Perempuan	21 - 25 Tahun	Lainnya	Banyumas	Grup WhatsApp	Ya
5	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Grup WhatsApp	Ya
6	Perempuan	21 - 25 Tahun	Lainnya	Banyumas	Instagram	Ya
7	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Grup WhatsApp	Tidak
8	Perempuan	15 - 20 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Grup WhatsApp	Tidak
9	Perempuan	21 - 25 Tahun	Lainnya	Cilacap	Grup WhatsApp	Ya
10	Perempuan	21 - 25 Tahun	Karyawan	Banyumas	Grup WhatsApp	Tidak
11	Perempuan	15 - 20 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Grup WhatsApp	Tidak
12	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Instagram	Ya
13	Perempuan	15 - 20 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Instagram	Ya
14	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	X	Tidak
15	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Instagram	Tidak
16	Perempuan	15 - 20 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Instagram	Tidak
17	Perempuan	15 - 20 Tahun	Karyawan	Banyumas	Instagram	Tidak
18	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Grup WhatsApp	Ya
19	Perempuan	15 - 20 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Grup WhatsApp	Tidak
20	Perempuan	21 - 25 Tahun	Lainnya	Banyumas	Instagram	Ya
21	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Grup WhatsApp	Ya
22	Perempuan	15 - 20 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Grup WhatsApp	Tidak
23	Perempuan	15 - 20 Tahun	Lainnya	Purbalingga	Grup WhatsApp	Tidak
24	Perempuan	21 - 25 Tahun	Lainnya	Cilacap	Instagram	Tidak
25	Perempuan	15 - 20 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Grup WhatsApp	Tidak
26	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Cilacap	Grup WhatsApp	Ya
27	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Grup WhatsApp	Tidak
28	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Grup WhatsApp	Ya
29	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Instagram	Ya
30	Laki-laki	26 - 30 Tahun	Karyawan	Banjarnegara	Grup WhatsApp	Tidak
31	Perempuan	21 - 25 Tahun	Lainnya	Cilacap	Instagram	Ya
32	Perempuan	15 - 20 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Cilacap	Instagram	Ya
33	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Grup WhatsApp	Ya
34	Perempuan	15 - 20 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Grup WhatsApp	Ya
35	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Purbalingga	Grup WhatsApp	Ya
36	Laki-laki	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Purbalingga	Grup WhatsApp	Ya
37	Perempuan	21 - 25 Tahun	Karyawan	Cilacap	Grup WhatsApp	Ya
38	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Purbalingga	Instagram	Tidak
39	Perempuan	15 - 20 Tahun	Karyawan	Purbalingga	Instagram	Ya
40	Perempuan	26 - 30 Tahun	Lainnya	Purbalingga	Instagram	Ya
41	Perempuan	15 - 20 Tahun	Lainnya	Banyumas	Grup WhatsApp	Ya
42	Perempuan	21 - 25 Tahun	Lainnya	Cilacap	Grup WhatsApp	Tidak
43	Perempuan	15 - 20 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Instagram	Tidak
44	Perempuan	26 - 30 Tahun	Lainnya	Banyumas	Instagram	Ya

No Responden	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Domisili	Mengikuti Social Media NCTzen Purwokerto	Pernah Berwirausaha
45	Perempuan	15 - 20 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banjarnegara	Instagram	Ya
46	Perempuan	15 - 20 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Instagram	Tidak
47	Perempuan	15 - 20 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Grup WhatsApp	Tidak
48	Perempuan	15 - 20 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Instagram	Ya
49	Laki-laki	15 - 20 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Purbalingga	Instagram	Tidak
50	Perempuan	15 - 20 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Instagram	Ya
51	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banjarnegara	Instagram	Ya
52	Perempuan	21 - 25 Tahun	Karyawan	Banyumas	Grup WhatsApp	Tidak
53	Perempuan	26 - 30 Tahun	Lainnya	Banjarnegara	Grup WhatsApp	Tidak
54	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banjarnegara	Instagram	Tidak
55	Perempuan	26 - 30 Tahun	Wirausaha	Purbalingga	Instagram	Ya
56	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Cilacap	Grup WhatsApp	Ya
57	Perempuan	15 - 20 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Grup WhatsApp	Ya
58	Perempuan	15 - 20 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Instagram	Ya
59	Perempuan	26 - 30 Tahun	Karyawan	Banjarnegara	Instagram	Ya
60	Perempuan	26 - 30 Tahun	Karyawan	Cilacap	Grup WhatsApp	Ya
61	Perempuan	15 - 20 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Grup WhatsApp	Tidak
62	Perempuan	15 - 20 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Grup WhatsApp	Tidak
63	Perempuan	21 - 25 Tahun	Karyawan	Banyumas	Grup WhatsApp	Ya
64	Perempuan	26 - 30 Tahun	Karyawan	Banyumas	Grup WhatsApp	Ya
65	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Grup WhatsApp	Ya
66	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Grup WhatsApp	Tidak
67	Perempuan	21 - 25 Tahun	Wirausaha	Purbalingga	Grup WhatsApp	Ya
68	Perempuan	26 - 30 Tahun	Karyawan	Banyumas	Instagram	Ya
69	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Purbalingga	Instagram	Tidak
70	Perempuan	21 - 25 Tahun	Karyawan	Banyumas	Grup WhatsApp	Ya
71	Perempuan	26 - 30 Tahun	Karyawan	Cilacap	Grup WhatsApp	Tidak
72	Perempuan	21 - 25 Tahun	Karyawan	Purbalingga	Grup WhatsApp	Ya
73	Perempuan	21 - 25 Tahun	Karyawan	Banyumas	Grup WhatsApp	Tidak
74	Perempuan	21 - 25 Tahun	Wirausaha	Banyumas	Grup WhatsApp	Ya
75	Perempuan	26 - 30 Tahun	Karyawan	Cilacap	Grup WhatsApp	Tidak
76	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Purbalingga	Grup WhatsApp	Ya
77	Perempuan	15 - 20 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Grup WhatsApp	Ya
78	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Grup WhatsApp	Ya
79	Perempuan	15 - 20 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Grup WhatsApp	Ya
80	Perempuan	26 - 30 Tahun	Karyawan	Banyumas	Grup WhatsApp	Ya
81	Perempuan	26 - 30 Tahun	Karyawan	Banyumas	Grup WhatsApp	Ya
82	Perempuan	15 - 20 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Grup WhatsApp	Ya
83	Perempuan	26 - 30 Tahun	Karyawan	Cilacap	Grup WhatsApp	Ya
84	Perempuan	26 - 30 Tahun	Karyawan	Purbalingga	Grup WhatsApp	Tidak
85	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Grup WhatsApp	Ya
86	Perempuan	15 - 20 Tahun	Lainnya	Banyumas	Grup WhatsApp	Tidak
87	Perempuan	15 - 20 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Purbalingga	Grup WhatsApp	Ya
88	Perempuan	15 - 20 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Purbalingga	Grup WhatsApp	Tidak
89	Perempuan	21 - 25 Tahun	Karyawan	Banyumas	Grup WhatsApp	Tidak

No Responden	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Domisili	Mengikuti Social Media <i>NCTzen Purwokerto</i>	Pernah Berwirausaha
90	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Grup WhatsApp	Ya
91	Perempuan	21 - 25 Tahun	Karyawan	Cilacap	X	Ya
92	Perempuan	21 - 25 Tahun	Karyawan	Banyumas	Instagram	Ya
93	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Grup WhatsApp	Ya
94	Perempuan	21 - 25 Tahun	Karyawan	Banyumas	Instagram	Ya
95	Perempuan	15 - 20 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Grup WhatsApp	Ya
96	Perempuan	15 - 20 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Grup WhatsApp	Ya
97	Perempuan	15 - 20 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Banyumas	Grup WhatsApp	Ya
98	Perempuan	21 - 25 Tahun	Karyawan	Banyumas	Grup WhatsApp	Ya
99	Perempuan	15 - 20 Tahun	Pelajar / Mahasiswa	Purbalingga	Instagram	Ya
100	Perempuan	21 - 25 Tahun	Karyawan	Banyumas	Grup WhatsApp	Ya



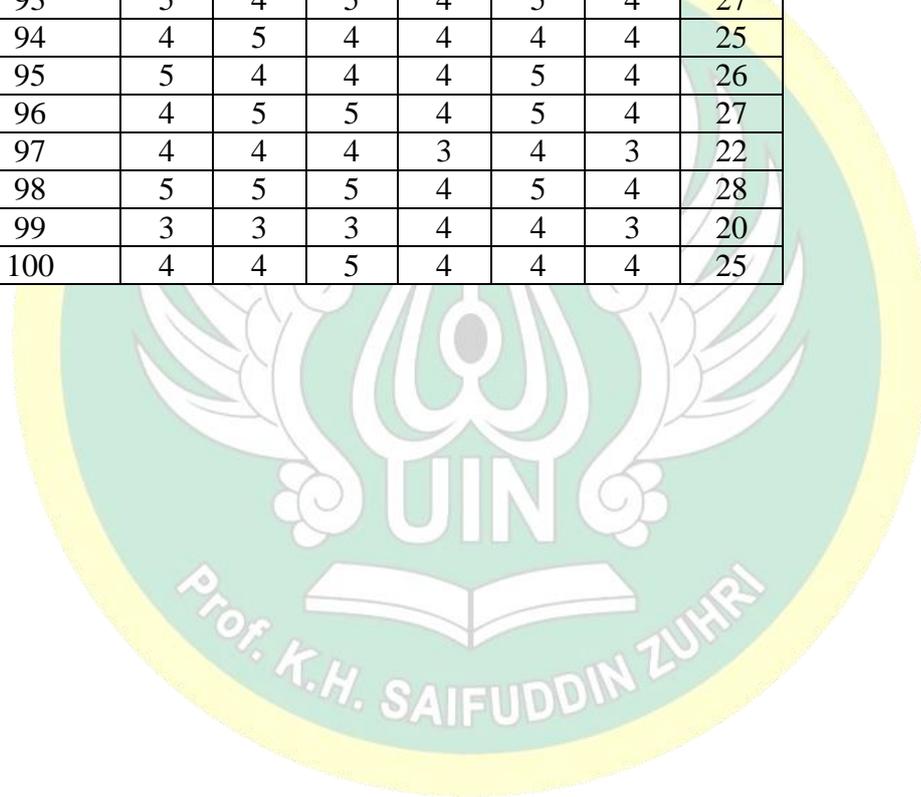
Lampiran 3 - Hasil Tabulasi Data

Hasil Tabulasi Korean wave (X1)

No Responden	Korean wave (X1)						Total (X1)
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
1	4	4	4	4	3	4	23
2	4	3	4	5	2	4	22
3	4	4	3	4	3	4	22
4	3	4	4	4	4	4	23
5	4	3	5	4	3	4	23
6	4	4	5	4	4	3	24
7	4	4	4	3	3	4	22
8	4	4	4	3	3	4	22
9	5	4	5	4	4	5	27
10	4	4	4	3	3	4	22
11	4	4	4	3	4	4	23
12	4	3	4	4	3	3	21
13	4	4	4	4	4	3	23
14	3	4	3	4	4	3	21
15	3	4	3	3	4	4	21
16	5	5	4	4	3	4	25
17	3	5	5	4	3	5	25
18	4	5	4	4	4	3	24
19	4	4	4	2	4	4	22
20	5	5	4	4	5	4	27
21	5	4	4	4	5	4	26
22	5	4	4	4	4	3	24
23	4	4	4	3	4	4	23
24	4	5	4	4	3	4	24
25	3	5	3	3	3	4	21
26	4	4	4	4	3	4	23
27	4	5	4	5	3	4	25
28	4	2	4	3	4	3	20
29	4	4	5	4	4	3	24
30	4	5	4	5	4	5	27
31	3	4	4	4	3	4	22
32	5	5	4	4	4	4	26
33	4	5	4	4	3	4	24
34	5	4	5	4	5	4	27
35	5	4	3	3	4	4	23
36	4	5	5	4	4	3	25
37	5	4	4	3	4	3	23
38	4	4	4	4	4	3	23
39	5	4	5	3	5	4	26

No Responden	Korean wave (X1)						Total (X1)
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
40	4	3	3	3	4	3	20
41	4	3	4	3	3	4	21
42	5	4	5	4	5	4	27
43	4	4	5	4	4	4	25
44	4	5	5	5	4	4	27
45	3	4	4	3	4	4	22
46	4	3	4	4	4	4	23
47	4	4	5	4	3	5	25
48	5	4	3	3	4	4	23
49	4	4	4	4	4	4	24
50	5	4	4	4	4	4	25
51	4	4	4	4	3	3	22
52	5	5	4	4	4	4	26
53	4	4	4	3	4	4	23
54	4	4	5	4	4	5	26
55	4	4	4	4	4	4	24
56	5	4	4	4	4	4	25
57	5	5	5	5	5	4	29
58	4	4	4	5	4	4	25
59	4	3	4	4	3	4	22
60	5	5	3	4	5	4	26
61	3	5	4	3	4	3	22
62	3	4	4	4	3	4	22
63	4	4	4	3	5	4	24
64	4	4	5	4	4	4	25
65	3	4	4	4	3	3	21
66	4	4	4	4	4	4	24
67	4	4	3	4	3	4	22
68	3	4	4	4	4	4	23
69	4	4	3	4	3	4	22
70	4	3	4	3	4	3	21
71	4	4	3	4	4	4	23
72	5	5	5	4	4	4	27
73	4	5	4	5	5	4	27
74	3	4	3	3	3	3	19
75	4	5	4	4	4	4	25
76	4	5	4	4	4	4	25
77	5	4	4	4	5	4	26
78	4	4	4	5	4	4	25
79	4	3	4	4	3	4	22
80	4	4	5	5	4	4	26
81	4	5	4	3	4	3	23
Korean wave (X1)							

No Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total (X1)
82	5	4	5	5	5	5	29
83	4	4	4	4	5	4	25
84	4	4	4	3	3	3	21
85	5	4	4	4	5	4	26
86	4	5	5	4	4	4	26
87	4	4	4	3	3	3	21
88	5	4	4	5	4	4	26
89	4	4	3	4	4	3	22
90	4	4	4	4	4	4	24
91	4	5	5	4	4	4	26
92	4	4	5	3	4	4	24
93	5	4	5	4	5	4	27
94	4	5	4	4	4	4	25
95	5	4	4	4	5	4	26
96	4	5	5	4	5	4	27
97	4	4	4	3	4	3	22
98	5	5	5	4	5	4	28
99	3	3	3	4	4	3	20
100	4	4	5	4	4	4	25

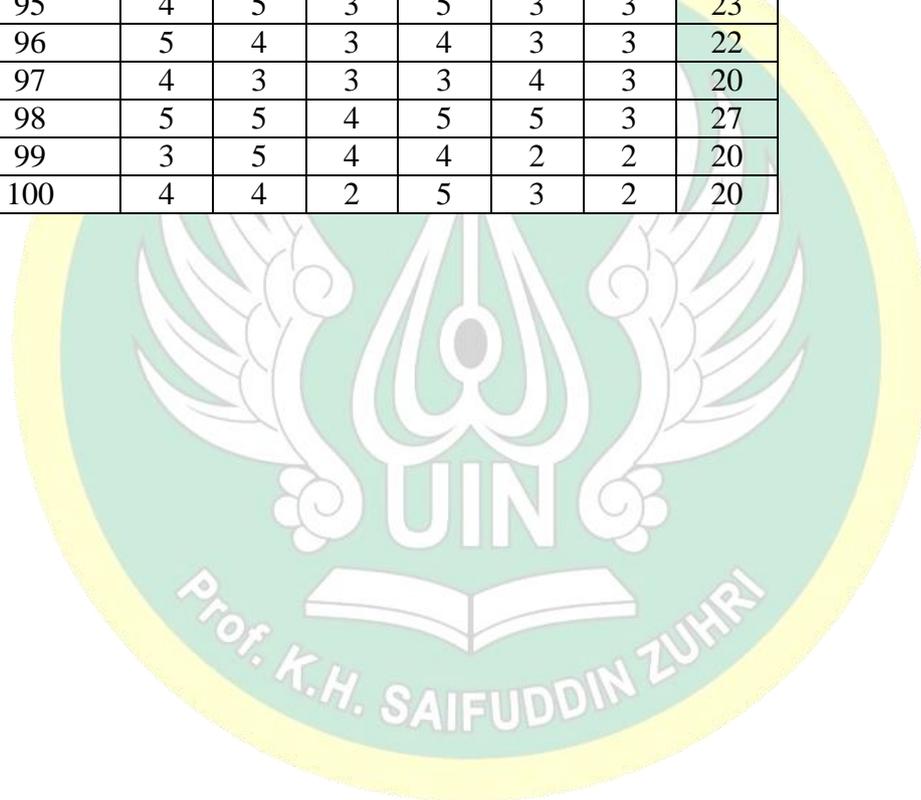


Hasil Tabulasi Fanatisme (X2)

No Responden	Fanatisme (X2)						Total (X2)
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
1	4	4	4	4	2	3	21
2	2	4	3	4	2	2	17
3	3	4	3	4	3	3	20
4	4	4	4	4	3	3	22
5	5	5	5	5	2	3	25
6	5	5	3	5	4	4	26
7	5	4	3	4	2	2	20
8	4	5	4	5	5	3	26
9	5	5	5	5	1	5	26
10	4	5	2	4	3	2	20
11	3	5	3	5	3	1	20
12	4	4	3	5	3	1	20
13	3	4	4	3	3	3	20
14	4	4	4	4	3	2	21
15	3	4	3	4	3	4	21
16	4	3	3	4	3	3	20
17	3	4	3	5	3	4	22
18	4	4	4	5	4	3	24
19	5	5	5	5	3	3	26
20	4	5	5	5	3	4	26
21	4	5	5	5	2	3	24
22	4	5	3	4	3	1	20
23	4	5	5	5	4	5	28
24	4	5	3	4	3	2	21
25	4	4	5	5	3	3	24
26	5	5	3	4	3	2	22
27	3	4	4	5	5	3	24
28	3	4	4	4	3	3	21
29	4	5	4	5	3	3	24
30	4	4	4	4	2	2	20
31	4	4	4	5	2	2	21
32	5	4	4	4	3	2	22
33	5	5	4	5	5	3	27
34	5	5	5	5	5	3	28
35	3	4	4	5	3	3	22
36	4	4	4	4	4	4	24
37	5	5	5	5	2	2	24
38	5	4	5	4	3	1	22
39	3	4	5	4	4	2	22
40	2	4	2	4	2	2	16
41	3	4	4	4	1	3	19

No Responden	Fanatisme (X2)						Total (X2)
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
42	5	5	5	3	3	1	22
43	3	5	5	5	4	3	25
44	3	5	5	4	3	3	23
45	4	5	5	5	4	4	27
46	4	5	4	4	1	1	19
47	4	4	4	4	3	3	22
48	4	4	4	5	4	3	24
49	4	4	4	4	3	3	22
50	4	5	2	4	1	1	17
51	4	4	4	4	3	3	22
52	4	5	3	3	3	3	21
53	3	4	4	4	1	3	19
54	5	4	4	4	2	2	21
55	5	4	5	4	2	2	22
56	4	5	4	4	3	4	24
57	5	5	5	5	4	5	29
58	5	5	5	5	3	3	26
59	4	2	2	4	3	1	16
60	5	5	4	4	2	3	23
61	3	5	3	3	5	3	22
62	5	5	5	3	4	4	26
63	4	5	5	5	4	3	26
64	4	5	4	5	3	2	23
65	4	4	4	4	4	3	23
66	3	4	4	3	4	3	21
67	4	4	4	4	3	3	22
68	4	4	4	4	1	3	20
69	3	4	4	4	4	3	22
70	4	4	4	4	4	4	24
71	4	5	5	5	5	3	27
72	5	5	5	5	2	2	24
73	4	4	4	4	3	3	22
74	3	3	3	3	3	3	18
75	5	5	5	5	2	3	25
76	3	5	4	4	3	1	20
77	3	4	4	5	3	3	22
78	3	4	3	4	2	3	19
79	3	4	3	3	2	2	17
80	4	5	4	5	2	2	22
81	3	4	3	4	3	3	20
82	5	5	4	4	5	3	26
83	2	5	5	5	1	3	21
Fanatisme (X2)							

No Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total (X2)
84	4	4	5	5	1	3	22
85	5	5	5	5	3	4	27
86	4	5	5	5	5	3	27
87	4	5	4	4	3	3	23
88	5	5	4	4	3	3	24
89	3	5	5	5	2	1	21
90	5	5	5	5	5	3	28
91	5	5	5	5	3	5	28
92	5	5	4	5	3	3	25
93	5	5	4	5	3	1	23
94	4	4	4	5	3	2	22
95	4	5	3	5	3	3	23
96	5	4	3	4	3	3	22
97	4	3	3	3	4	3	20
98	5	5	4	5	5	3	27
99	3	5	4	4	2	2	20
100	4	4	2	5	3	2	20

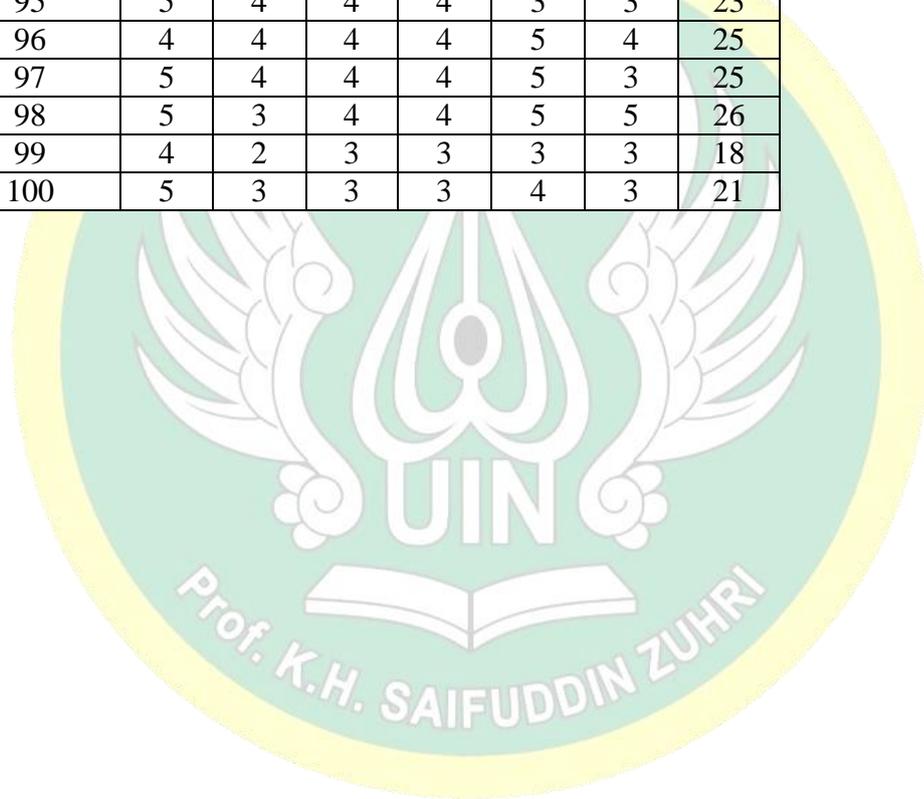


Hasil Tabulasi Perilaku Fan Entrepreneurship (X3)

No Responden	Perilaku Fan Entrepreneurship (X3)						Total (X3)
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	
1	4	4	3	3	5	3	22
2	5	2	2	3	4	3	19
3	5	3	4	3	4	4	23
4	4	4	3	3	4	3	21
5	5	3	3	3	5	5	24
6	5	4	4	4	5	3	25
7	5	3	3	3	4	3	21
8	5	3	4	3	5	5	25
9	4	5	4	5	5	5	28
10	4	3	2	3	4	2	18
11	4	3	3	3	3	3	19
12	4	3	4	3	2	4	20
13	3	3	3	3	3	4	19
14	4	4	3	3	3	3	20
15	4	4	4	4	4	2	22
16	4	3	3	3	4	3	20
17	3	3	4	3	4	3	20
18	4	3	3	3	3	3	19
19	5	3	3	3	3	4	21
20	5	5	4	5	5	4	28
21	5	4	4	4	4	1	22
22	4	3	4	3	3	4	21
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	3	4	4	4	3	22
25	4	3	3	3	3	4	20
26	5	4	4	4	4	3	24
27	5	4	3	3	5	5	25
28	4	4	4	3	4	3	22
29	4	4	4	4	4	4	24
30	4	3	4	3	4	3	21
31	4	4	4	3	4	3	22
32	5	5	3	3	5	4	25
33	5	5	5	3	4	5	27
34	5	4	4	4	4	5	26
35	5	3	3	4	4	4	23
36	5	5	5	5	5	3	28
37	5	5	3	5	5	4	27
38	5	5	5	4	5	3	27
39	5	3	4	4	4	4	24
40	4	2	3	3	3	2	17
41	4	3	3	3	4	3	20

No Responden	Perilaku Fan Entrepreneurship (X3)						Total (X3)
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	
42	4	3	3	3	5	5	23
43	5	3	3	3	3	4	21
44	4	4	4	4	4	3	23
45	4	4	3	4	4	4	23
46	4	3	3	3	4	3	20
47	4	4	4	4	4	4	24
48	4	4	4	4	4	4	24
49	4	4	4	4	4	4	24
50	4	4	3	3	5	4	23
51	4	4	4	4	4	3	23
52	4	4	4	4	4	4	24
53	4	3	3	3	3	3	19
54	4	4	4	4	4	3	23
55	4	4	4	4	4	3	23
56	5	5	4	4	5	2	25
57	5	5	4	5	5	5	29
58	5	3	3	3	5	4	23
59	3	3	3	3	4	1	17
60	4	4	4	4	5	4	25
61	5	3	3	5	5	3	24
62	5	3	3	3	4	3	21
63	5	5	5	5	5	5	30
64	5	3	4	3	4	5	24
65	4	4	3	4	4	2	21
66	4	4	4	4	4	2	22
67	4	4	4	4	4	1	21
68	4	4	4	4	4	4	24
69	3	3	3	3	3	3	18
70	4	4	4	4	4	5	25
71	3	3	4	4	5	4	23
72	5	3	3	3	4	5	23
73	4	3	4	4	4	4	23
74	3	3	3	3	3	3	18
75	5	5	5	5	3	2	25
76	4	4	4	4	4	3	23
77	4	3	3	3	4	4	21
78	4	3	4	3	4	3	21
79	4	3	4	3	4	3	21
80	4	3	2	3	4	4	20
81	4	4	3	3	4	3	21
82	5	5	5	5	5	5	30
83	4	1	3	4	5	3	20
Perilaku Fan Entrepreneurship (X3)							

No Responden	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total (X3)
84	4	3	3	3	3	4	20
85	5	4	4	4	4	5	26
86	5	4	4	4	5	4	26
87	4	3	3	3	3	2	18
88	4	4	4	4	5	2	23
89	5	5	5	4	2	3	24
90	4	3	3	4	5	3	22
91	5	4	4	4	5	1	23
92	5	4	4	5	5	4	27
93	4	3	4	4	4	4	23
94	4	4	4	4	4	4	24
95	5	4	4	4	3	3	23
96	4	4	4	4	5	4	25
97	5	4	4	4	5	3	25
98	5	3	4	4	5	5	26
99	4	2	3	3	3	3	18
100	5	3	3	3	4	3	21

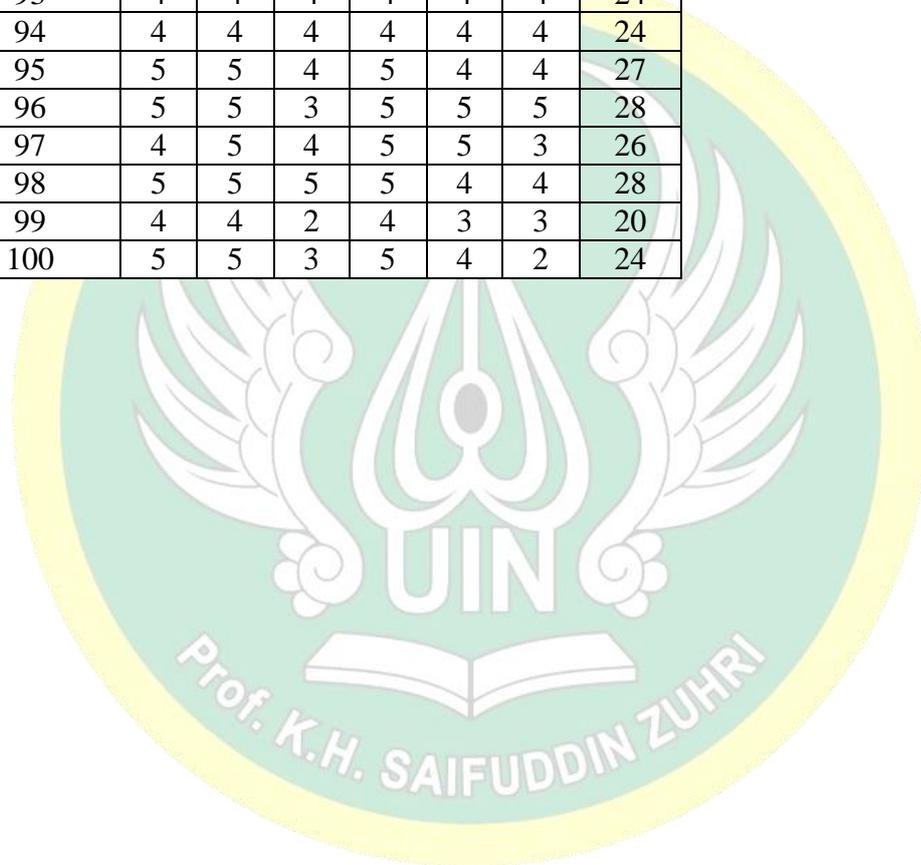


Hasil Tabulasi Minat Berwirausaha (Y)

No Responden	Minat Berwirausaha (Y)						Total (Y)
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
1	5	5	4	4	4	3	25
2	4	5	2	4	4	2	21
3	5	5	4	4	3	2	23
4	4	4	4	4	4	2	22
5	5	5	5	5	3	4	27
6	5	5	5	5	3	4	27
7	5	5	3	5	3	3	24
8	5	5	5	3	4	3	25
9	5	5	5	5	5	5	30
10	4	4	4	4	3	4	23
11	4	4	3	5	3	4	23
12	4	4	3	4	4	4	23
13	4	5	3	4	4	3	23
14	4	5	4	4	3	3	23
15	4	4	4	4	4	4	24
16	5	5	3	4	4	4	25
17	5	5	4	5	5	3	27
18	4	4	4	4	4	3	23
19	4	5	5	5	5	5	23
20	5	5	5	5	5	5	30
21	5	4	5	4	5	2	25
22	4	5	3	3	2	1	18
23	4	5	5	5	5	4	28
24	5	5	4	5	3	4	26
25	3	3	3	3	3	3	18
26	4	4	5	5	4	2	24
27	5	5	3	5	4	1	23
28	4	4	4	4	4	2	22
29	5	5	4	4	5	5	28
30	4	4	4	4	4	3	23
31	4	4	4	4	4	4	24
32	5	5	5	5	4	2	26
33	5	5	5	5	4	3	27
34	5	5	5	5	5	3	28
35	4	4	4	5	4	3	24
36	5	5	5	5	5	5	30
37	5	5	5	5	5	3	28
38	5	5	5	5	5	2	27
39	4	4	4	5	4	4	25
40	4	4	3	3	3	3	20
41	4	4	3	4	3	2	20

No Responden	Minat Berwirausaha (Y)						Total (Y)
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
42	5	5	5	5	5	3	28
43	5	5	3	5	3	4	25
44	4	4	3	4	3	3	21
45	5	5	3	5	3	3	24
46	4	4	3	4	3	3	21
47	4	4	5	4	4	3	24
48	4	4	5	4	4	4	25
49	4	4	4	4	4	4	24
50	5	5	3	5	5	1	24
51	4	4	4	4	4	3	23
52	4	4	5	5	4	4	26
53	3	4	3	4	3	2	19
54	5	5	5	4	4	3	26
55	5	5	5	4	4	4	27
56	5	5	4	5	5	3	27
57	5	5	5	5	5	2	27
58	5	5	5	5	5	1	26
59	5	5	4	4	3	1	22
60	4	5	5	5	4	4	27
61	5	5	5	3	3	5	26
62	4	4	4	3	3	2	20
63	5	5	5	5	5	5	30
64	5	4	5	4	5	5	28
65	4	4	4	4	4	4	24
66	4	4	4	4	4	2	22
67	4	4	4	4	4	1	21
68	4	4	4	4	4	4	24
69	4	4	3	3	3	3	20
70	4	4	3	3	4	4	22
71	4	5	5	5	5	3	27
72	5	5	5	5	4	4	28
73	5	5	5	5	3	4	27
74	3	3	3	3	3	3	18
75	5	5	5	5	5	5	30
76	4	5	4	5	5	3	26
77	5	5	5	5	3	5	28
78	5	4	2	5	4	4	24
79	4	4	4	4	4	3	23
80	4	5	4	4	2	4	23
81	5	5	4	4	4	4	26
82	5	5	5	5	5	5	30
83	5	5	5	5	4	1	25
Minat Berwirausaha (Y)							

No Responden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Total (Y)
84	4	4	3	4	3	2	20
85	5	5	5	5	5	2	27
86	4	4	4	4	4	2	22
87	5	5	3	4	4	2	23
88	5	5	5	4	3	1	23
89	5	5	5	5	5	2	27
90	4	4	3	4	4	2	21
91	5	5	5	5	5	5	30
92	5	5	5	5	5	5	30
93	4	4	4	4	4	4	24
94	4	4	4	4	4	4	24
95	5	5	4	5	4	4	27
96	5	5	3	5	5	5	28
97	4	5	4	5	5	3	26
98	5	5	5	5	4	4	28
99	4	4	2	4	3	3	20
100	5	5	3	5	4	2	24



Lampiran 4 - Kuesioner Terbuka

Hasil Kuesioner Terbuka *Korean wave* (X1)

No Responden	Menurut anda, apa yang membuat anda tertarik dengan <i>Korean wave</i>
1	Karena sangat menarik, tidak membosankan, dapat memberikan pengetahuan yang berbeda dan sangat menghibur
2	Karena saya suka dengan Kpop ada beberapa lagu yang menurut saya bisa memotivasi untuk menjadi percaya diri dan semangat, ada juga ucapan beberapa idol yang memotivasi
3	Karena bisa menjadi sumber usaha buat jualan merch
4	Kualitas yg dihasilkan sangat bagus dan sesuai selera saya
5	K-pop menghadirkan musik yang bervariasi, koreografi yang luar biasa, dan gaya busana yang inovatif. Grup K-pop juga sering menyampaikan pesan positif dan inspiratif melalui musik mereka.
6	Karena kualitas, konten yang dihadirkan lebih menarik untuk diikuti
7	Makanan dan budayanya
8	bagus aja si wkwk
9	Kdrama, Kpop, Skincare, dan beberapa makanan khas korea
10	yang membuat saya tertarik dengan <i>Korean wave</i> adalah (1) musiknya yang memiliki konsep beragam sehingga menarik untuk didengar, tidak jarang beberapa musik yang saya dengar memiliki arti yang baik, terkadang sesuai dengan realita sehingga saya merasa lebih nyaman mendengarkan musik tsb. (2) MV yang disungguhkan juga memiliki konsep yang unik setiap grup, dan sangat beragam, (3) ingin mengetahui lebih jauh baik dari grup yang menyanyikannya, dan tidak dipungkiri grup yang menyanyikan lagu-lagu tersebut juga menarik karena selain memiliki visual yang bagus, mereka juga multitalenta tidak hanya unggul dalam menyanyikan lagu dengan baik. sehingga saya merasa tertarik.
11	Sangat menghibur
12	karena suka lagunya suka dramanya
13	Saya tak tau pastinya tapi setiap saya melihat atau menton itu saya sangat senang dan memberi semangat tersendiri bagi saya
14	tren skincare
15	video musik K-Pop dan K-drama yang memiliki visual yang menarik perhatian saya, dan musiknya yang sesuai dengan selera saya
16	Kpop
17	karena dapat memberikan hiburan dan juga kesenangan
18	Kpop
19	Saya mengenal <i>Korean wave</i> sewaktu masa pandemi Corona. Ketika saya jenuh, bosan, dan tampak ingin menikmati sesuatu yang baru, <i>Korean wave</i> mulai menjadi daya tarik saya. Saya lantas punya hobi baru seperti menonton K-Drama, menyukai K-Pop idol, dan tertarik untuk belajar bahasa Korea.
20	Karena kualitas musik yang bagus dan penampilan para idol kpop yang menawan. Dramanya berkualitas, genre ceritanya juga beragam. Tren fashion dan produk kecantikan sering menjadi panutan atau banyak diikuti.

No Responden	Menurut anda, apa yang membuat anda tertarik dengan <i>Korean wave</i>
21	memberi pengaruh pada gaya hidup
22	budayanya, cara kerjanya, pola pikir nya, apalagi budaya pali pali yang mengharuskan mereka disiplin terhadap waktu
23	Kata kata mereka yang selalu memotivasi penggemarnya untuk mencintai diri sendiri dan jangan selalu merendahkan diri kita dan membandingkan dengan orang lain.
24	konten yang menghibur
25	actually idk why im into kpop. mungkin karena asik, saya jadi punya opsi kegiatan ketika gabut. terkadang juga emang kpop itu bisa hilangkan jenuh saya ketika burnout mengerjakan tugas. kpop itu mencolok dan menarik (dari segi visual, gaya musik, dll) mungkin itu jadi daya tarik tersendiri kenapa kpop terlihat lebih menarik di mata saya.
26	Music, visual, budaya
27	Menyukai <i>Korean wave</i> dapat membuat mental lebih baik
28	saya tertarik dengan kpop dan kdrama
29	Selain K-pop, saya juga menyukai K-drama memang tidak hanya dua jenis diatas akan tetapi konsep drama korea sejak dulu memang diarahkan pada penonton perempuan, salah satunya drama dibuat untuk mereka yang menyukai sentuhan-sentuhan psikologis emosional.
30	Karena budayanya unik dan berbeda dari negara lain
31	Yang membuat saya tertarik adalah karena budayanya yang beragam dan tidak membosankan
32	<i>Korean wave</i> cukup unik jika dibandingkan dengan industri hiburan lainnya. kdrama, kpop, maupun budaya negaranya terbilang cukup mudah untuk diikuti oleh anak muda asia
33	Karena musik K-Pop punya irama enerjik dan koreografi menarik, serta drama dan film Korea yang bagus untuk di tonton
34	Budayanya, <i>Korean wave</i> bisa mengikuti globalisasi (era) atau bahkan membuat sebuah budaya baru yang kemudian diikuti oleh orang luar. Cara mereka mempromosikan budaya baru mereka itulah yang membuat saya tertarik.
35	Culture dan juga k-pop grup
36	Karana hal yg pertama tuh orang-orang pecinta kpop tuh asik-asik, gak sombong, apalagi aku bisa menambah relasi tentang seputar korea
37	Lagu-lagu nya
38	yang bikin aku tertarik itu karena musik-musiknya yg catchy, drama dan filmnya yg seru, fashion, dan nilai-nilai positif budaya nya sie
39	Budaya dan negaranya
40	Orangnya cakep2 😊
41	bisa menghibur saya di waktu luang
42	Kedisiplinan member dan persahabatan para member sendiri menjadi daya tarik bagi saya apalagi grup NCT terutama nct dream
43	Saya menyukai lagu-lagu dan drama yang dibuat, karena menurut saya kualitas yang ada di sana lebih bagus dibandingkan di sini.

No Responden	Menurut anda, apa yang membuat anda tertarik dengan <i>Korean wave</i>
44	karena keanekaragamannya. gaya hidup yang cukup menarik,dan berbagai macam hiburan yang bisa menjadi tempat untuk healing seperti konten idol, drama dan film yang memiliki berbagai genre untuk ditonton dan berbagai hal lainnya yang bisa dipelajari
45	Menurut saya pribadi saya tertarik dengan budaya yang ada disana,dan saya juga tertarik dengan idol idol yang ada disana
46	ganteng-ganteng dan pastinya punya bakat masing masing , membawa dampak positif xixi
47	<i>Korean wave</i> dapat memiliki dampak positif, seperti bertambahnya wawasan tentang budaya Korea dan mental yang lebih baik.
48	menyenangkan
49	yang membuat saya tertarik yaitu karena budayanya beragam dan unik dibandingkan negara lain
50	Karena berbeda
51	Karena budaya korea unik dan cocok untuk anak muda dari mulai kpop kdrama dll
52	kpop
53	Konten yang menghibur
54	karena sangat sesuai dengan selera saya, budayanya modern
55	karena budaya yang terkandung di dalamnya sangat banyak seperti kpop makanan skincare dll
56	Keunikan konsep lagu dan albumnya
57	menurut aku budaya korea yang berbeda dengan Indonesia menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat Indonesia
58	Menarik, kualitas produksi yang tinggi, visual dan karisma dari artis/idol, dan musik yang terkesan inovatif dan tidak membosankan.
59	Benar2 menunjukkan bakat gak cuman gimmick. Budayanya sangat beragam dan sangat totalitas kalau melakukan sesuatu
60	musik yg easy listening dan dance yg energic. semua itu di dapat dari sistem seleksi (audition) yg sangat ketat sampai menjadi trainee yg tidak hanya dilatih untuk menyanyi dan menari. tetapi juga dilatih mental, manners dan attitude dengan sangat baik. jadi membuat saya tertarik untuk menyukai dan dapat memetik sebuah pembelajaran tentang manners dan attitude yg sangat berguna untuk kehidupan.
61	<i>Korean wave</i> dapat memengaruhi gaya hidup anak muda, seperti gaya berpakaian, gaya rambut, gaya berbicara, dan penggunaan produk kosmetik Korea. Ini memberikan dampak yang sangat signifikan bagi masyarakat terutama pada bidang fashion.
62	karna cowo KPop menghibur saya
63	Budaya, Sumber Daya Manusia, lingkungan dan masih banyak lagi
64	Karena mereka idol/ artis berkarier dr minus bahkan nol. Itu yg membuat saya kagum dg perjuangan mereka
65	Cakep and menyenangkan
66	dengan adanya boyband yang memiliki kemampuan dan visual menarik, adanya drama korea yang menarik
67	cara memperkenalkan budayanya menarik perhatian khalayak umum, cara penyajian untuk konsumsi publik juga bagus

No Responden	Menurut anda, apa yang membuat anda tertarik dengan <i>Korean wave</i>
68	dari hal merawat diri (fashion + skincare etc)
69	musik, drama dan gaya hidupnya
70	Fomo aja
71	Bisa menghibur semua
72	Musik, drama
73	Bisa memotivasi diri
74	bisa mempelajari budaya, menambah wawasan dan kesenangan
75	Budaya mereka menarik
76	artis kpop
77	Budaya mereka, bakat idol atau selebritasnya juga sangat membuat saya tertarik dan terus mengikuti mereka
78	menurut saya <i>Korean wave</i> ini sangat unik karena masih bisa mempertahankan budaya dan sejarahnya ditengah modernisasi korea
79	mengerti bagaimana budaya korea
80	Hiburan korea lebih menarik daripada hiburan lokal
81	Banyak hal bermanfaat yang bisa diambil dan secara keseluruhan berbeda dengan hiburan lain sehingga tidak mudah bosan.
82	perkembangan kpop ke seluruh dunia berawal dari musik dance dan visual setiap grup
83	lagunya bagus
84	etos kerja
85	Menarik
86	Bikin happy
87	yang jelas produksi mereka seperti drama, musik, dll sangat baik dan menarik
88	Awalnya minat aja sih ka, terus ngeliat attitude orang korea itu bagus bgt terlebih ucapan "tolong", "terimakasih" dan "maaf" juga mulai saya terapkan di kehidupan asli setelah memperhatikan etika para member kepada staff maupun dengan sesama member. Semuanya tergantung pribadi masing-masing, semua hal ada +- nya, pokoknya kenal korea jadi membantu attitude saya juga. mama juga ga bolehin pacaran, jadi bersyukur deh kenal.
89	semuanya suka
90	sebagai seorang kpopers penggemar idol K-Pop, saya tertarik akan makna dari setiap lagu yang mereka bawakan walaupun tidak secara langsung mengerti arti dari lagu yang mereka nyanyikan, namun beberapa lagu mempunyai makna yang membuat kita bisa menjadi semangat. Mengetahui sikap profesional, dewasa, dan disiplin mereka yang bisa kita tiru.
91	Menarik
92	Visual dan kualitas
93	NCT and my favourite person Jeong Jaehyun
94	karena konten yang disajikan sangat beragam dan memanjakan

No Responden	Menurut anda, apa yang membuat anda tertarik dengan <i>Korean wave</i>
95	karena produksi yang dihasilkan oleh korea sangatlah berkualitas baik dari segi drama yang emosional, totalitas dan relatable kemudian artis2nya yang berbakat dan menarik baik dari segi visual, talented, dan masih banyak lagi. selain itu budaya korea juga dikemas secara halus melalui musik, film, maupun drama. makanannya juga cocok di lidah saya seperti kesukaan saya yaitu odeng dan tteobokki
96	Kualitas yg bagus
97	unik
98	Musik yang mereka produksi beserta koreografi yang mereka tampilkan sangat unik dan menjadi daya tarik
99	yang membuat saya tertarik yaitu mereka mempunyai kombinasi yang bikin nagih, seperti musik K-pop, K-drama. selain itu mereka juga pintar dalam memanfaatkan sosial medianya untuk bikin fans merasa dekat dengan idol atau aktornya.
100	drama dan musiknya



Hasil Kuesioner Terbuka Fanatisme (X2)

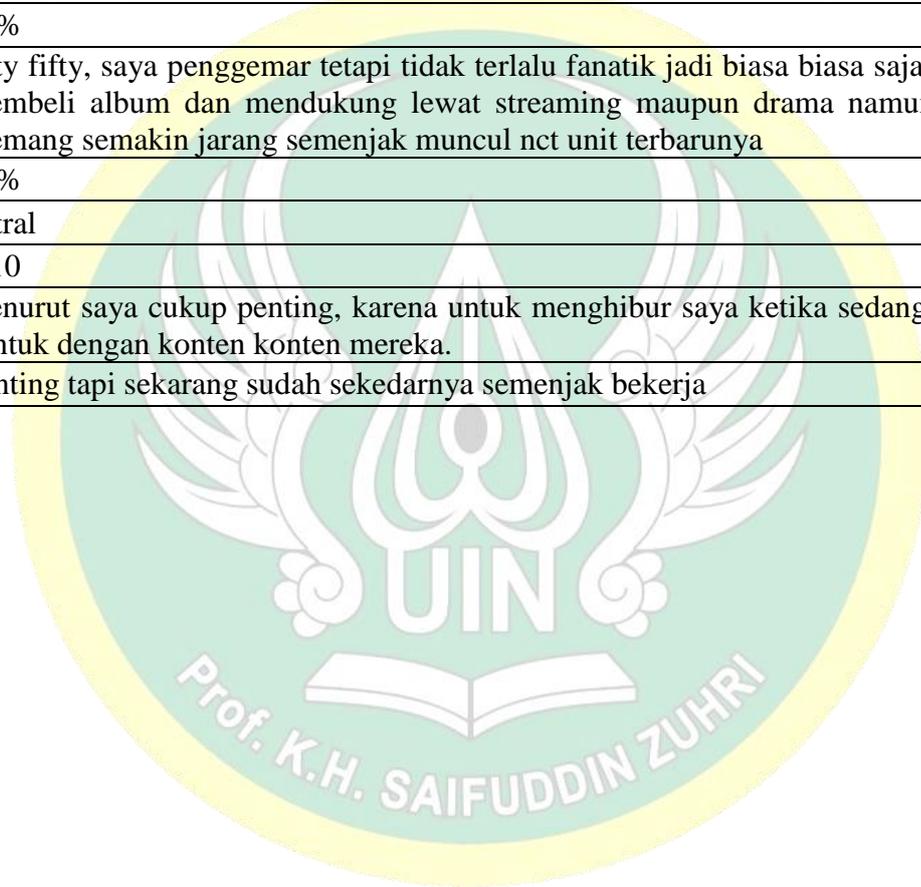
No Responden	Menurut anda, seberapa penting NCT bagi hidup anda
1	Penting karena memotivasi dan membuat saya terus semangat
2	Menurut saya, saya tidak fanatik terhadap kpop jadi menonton konten hanya diwaktu senggang dan sedang mencari hiburan. Jadi menurut saya tidak terlalu penting bagi hidup saya, karena nct hanya sebagai hiburan
3	Luar biasa penting
4	Untuk saat ini cukup penting karena mereka jadi salah satu alasan saya merasakan bahagia
5	Bergabung dalam fandom <i>NCTzen</i> menciptakan rasa kebersamaan, di mana penggemar saling berbagi cerita, pengalaman, dan mendukung satu sama lain. Banyak penggemar melihat anggota NCT sebagai panutan dalam hal kerja keras, ketekunan, dan bagaimana mereka tetap rendah hati meski sukses besar.
6	Cukup penting di hidup saya karena konten mereka menemani saya saat skripsian agar tidak stress
7	Cukup penting, karena mereka dan konten-kontennya bisa ngembaliin mood
8	PENTING BGT, mereka yg bikin aku tetap bertahan!!
9	NCT adalah salah satu alasan saya untuk terus bekerja keras walaupun kamu masih belia. Karna usaha dan kerja keras takpernah mengkhianati hasil
10	menurut saya NCT salah satu grup yang menemani masa muda saya selama 6th ini. jika diungkapkan dengan kata seberapa penting, bagi saya mereka penting dan memiliki tempat tersendiri di hati saya sekalipun nantinya saya sudah tidak mengikuti NCT, mereka tetap menjadi bagian dari cerita dan perjalanan masa muda saya yang tidak pernah saya lupakan. terutama untuk NCT Dream yang saya ikuti sejak mereka masih muda hingga menginjak usia dewasa pada saat ini. karya musik mereka menemani hari-hari saya disaat saya sedang dalam kondisi buruk maupun senang. member yang memberi motivasi, konten yang menghibur, dsb. terimakasih Dreamies. <3
11	6/10 untuk penggambaran skala kepentingan hidup saya
12	karena kalo liat nct mood menjadi baik grup nya unik dari yang lain
13	8/10
14	cukup penting, dengan adanya mereka bisa belajar banyak bahasa karena anggota mereka tidak hanya dari korea saja, dan bisa menjadi penghibur ketika kita sedang sedih juga sedikit mengerti akan kesadaran kesehatan mental
15	sangat penting
16	20 persen penting
17	cukup penting
18	Sangat penting
19	Saya lantas mengenal NCT saat saya menjalani semester pertama perkuliahan. Haechan adalah member yang berhasil membuat saya menyukai NCT. Bagi saya, kehadiran NCT sangat berarti dalam hidup saya. Mereka adalah grup yang sangat sangat sangat saya gemari saat ini. Saya merasa berterima kasih karena mereka mengajarkan banyak hal baik kepada saya, seperti bagaimana mencintai diri sendiri seperti

No Responden	Menurut anda, seberapa penting NCT bagi hidup anda
	Jaemin, selalu bisa percaya diri seperti Chenle, belajar menjadi pribadi yang lebih baik dalam kehidupan dari Haechan, berjuang melawan kecemasan bersama Renjun, dan mendapat banyak motivasi dari Mark. Rasanya tak bisa menyebutkan semuanya, tapi yang ingin saya tekankan, MEREKA BENAR-BENAR ISTIMEWA ♡ ☐
20	NCT sangat penting dalam kehidupan saya karena mereka adalah salah satu healing dan support system saya.
21	bagian dari hidup yang tidak hanya menghibur tetapi juga membantu tumbuh dan menghadapi kehidupan dengan semangat yang lebih besar
22	lumayan penting soalnya kalo lagi stres dia menjadi hiburanku bahkan kalo ngga stres juga aku suka ngeliatin mereka mereka tuh kek suatu hal yg bikin aku senang, dari persahabatan mereka, perjuangan mereka dan lain sebagainya
23	Sangat penting karena mereka ada di saat keadaan saya sedang kacau mereka mengembalikan mood saya dan memotivasi saya untuk bangkit dan kita bisa menggapai cita-cita kita.
24	bukan prioritas hidup, tetapi hiburan nomor satu yang saya butuhkan
25	lumayan penting tapi engga sepenting itu. saya hanya mengidolakan dan menyukai nct sebagai hiburan.. apabila menaruh prioritas nct sebagai hal penting, mereka bukan bagian dari real life saya, jadi saya merasa bumi dan dunia saya tidak akan berubah drastis ketika saya memprioritaskan mereka atau tidak.
26	8/10 karena nct menemani saya saat covid melewati hari hari yang sangat membosankan itu
27	sangatt pentingg
28	saat ini NCT lumayan penting bagi hidup saya karena sudah menemani hari-hari saya selama 2 tahun belakangan ini. NCT menjadi healing ketika saya sudah merasa penat atau capek menjalani aktivitas, apalagi saat saya sedang mengerjakan skripsi kemarin dan saat saya sedang menjalankan profesi saat ini.
29	Penting, karena NCT salah satu boygrup yang menemani saya saat mengerjakan skripsi. Saya suka mendengar lagu-lagunya di aplikasi musik.
30	Sangat penting, karena dapat menaikkan mood
31	Sangat penting, karena NCT menjadi penyemangat saya
32	sebagai <i>NCTzen</i> , peran nct sangat penting bagi saya karena mereka mengisi hari hari saya dengan karya dan konten mereka yang menarik, nct juga membuat saya bertemu dengan teman teman dari berbagai daerah yang membuat saya merasa tidak kesepian, selain itu setelah saya suka nct saya menjadi lebih tertarik untuk belajar bahasa korea dan jepang
33	Penting merubah hidup saya, sebagai penyemangat dunia
34	Ibaratkan, NCT itu penopang saya. Menjadi salah satu syarat saya mau bertahan hidup di dunia ini. NCT sangat berharga bagi saya
35	Sangat berperan penting
36	Bagi saya hanya melihat dari semangat mereka yang membuat saya menjadi terpacu untuk jadi maju
37	Seperti healing khusus

No Responden	Menurut anda, seberapa penting NCT bagi hidup anda
38	kalo dibilang seberapa penting, penting tapi engga banget mungkin untuk sekarang 6.5/10 kali ya.. mereka tuh kadang bisa bikin aku semangat menjalani hidup eaak, tp sebagai NCTzen aku menganggap nct/grup-grup lain sebagai hiburan aja
39	Penting buat ngerubah mood yang tadinya down jadi up kembali tertawa
40	Seiring bertambahnya umur sih sekarang biasa biasa aja ke kpop
41	tidak terlalu penting krn mereka hanya menghibur kita sebagai artis
42	Mungkin berpengaruh banget, karna kalo liat haechan mood pasti jadi lebih baik
43	Seberapa pentingnya tidak dapat diukur, tetapi NCT dapat memulihkan semangat saya dalam berkegiatan. Apalagi jika update video YouTube.
44	itu seperti bagian dari hidup saya. ada waktu dimana saya pernah berada dititik terendah tanpa ada org lain yang tau dan bisa membantu, dan NCT lah yang membuat saya bisa keluar dari zona itu dan bangkit lagi. selalu ada tempat tersendiri untuk NCT yang karenanya bisa membuat saya bertahan sampai sejauh ini
45	mungkin untuk sekarang 80% karena mereka adalah salah satu yang menjadi obat saya pada saat saya sedang down dan banyak masalah dan mereka yang membuat saya seperti sekarang
46	Penting banget berasa recharge energy ketika menghadapi hari2 yang melelahkan 😊❤️
47	sangat penting, karena mereka saya menjadi lebih hidup.
48	5/10, because harus fokus fl
49	cukup penting, karena nct dapat menjadi penyemangat saya
50	7/10
51	sangat penting, karena dapat menjadi penghibur disaat lelah
52	penting banget, karena ngasih banyak arti kebahagiaan
53	Lumayan penting
54	sangat penting
55	sangat penting karena dapat membuat mood saya lebih baik
56	Penting karena menyangkut dengan hobi, namun tidak sampai terlalu mengikuti perkembangannya (karena kesibukan)
57	untuk aku, mereka bukan cuma idol kpop aja , tapi mereka udah nolong aku secara langsung ketika hidup aku lagi ga baik baik aja, mereka bisa balikin senyum aku waktu aku bener bener lagi merasa sedih, dan juga mereka bisa bikin jutaan orang lain di dunia ini untuk punya semangat hidup lewat karya karya nya, dan senyum mereka
58	Menurut saya, NCT sangat penting di kehidupan saya, jika mood saya sedang buruk dengan mendengarkan atau melihat konten dari NCT saja sudah membuat mood saya membaik lagi. Juga member NCT yang banyak menginspirasi saya, membuka mata saya, dan menyadarkan saya betapa pentingnya kehidupan.
59	Gak penting2 bgt sih. Cuman sekedar ngefans aja dan Gak mau menjadikan nct segalanya.
60	tidak hanya nct, tapi semua idol penting bagi saya terutama pada kesehatan mental.
61	NCT sangat penting karena dia memberikan sebuah hiburan sehingga saya senang saat melihat mereka konser atau live di instagram mereka, serta lagu² mereka yang memberikan saya semangat tersendiri.

No Responden	Menurut anda, seberapa penting NCT bagi hidup anda
62	penting sekali
63	NCT memberi dampak signifikan di hidup saya, saya menjadi lebih bersemangat menjalani hidup untuk bekerja, melakukan aktifitas dengan baik, mengubah mood saya yang negatif menjadi lebih positif dan masih banyak lagi
64	Penting Krn memotivasi dalam bekerja
65	Sepenting kaya makan misalnya, karena ya mereka ibaratnya asupan untuk hiburan biar semangat menjalani hidup
66	PENTING BANGET
67	Penting karena dari sana saya belajar tentang pertemanan kerja keras kekeluargaan juga
68	penting
69	penting
70	Semakin dewasa semakin menarik diri dari Kpop, jadi sekarang prioritas adalah pekerjaan
71	Bagian hidup
72	NCT menjadi hiburan untuk saya, jadi cukup penting
73	Intinya penting banget lur
74	penting
75	Prioritas 5
76	penting untuk memotivasi hidup
77	NCT menemani saya di saat saya kesepian, apalagi pas masa-masa awal ikut eventnya, NCT benar-benar memberi warna baru pada hidup saya
78	disclaimer saya adalah seorang multifandom, jadi semua idol menurut saya menjadi penting, ketika saya merasa kalut dengan real life melalui konten mereka membuat saya tertawa dan melupakan sejenak masalah tadi, dengan kalimat support dari idol yang biasanya saya temukan dari lirik lagu yang mereka ciptakan membuat saya bisa lebih terbuka menerima masalah saya dan terus melangkah maju dari pada hanya berdiam diri
79	hiburan disaat mood sedang down
80	85% penting untuk kesehatan mentalku saat ini
81	Lebih dari sekedar hiburan, motivasi bagi saya untuk lebih baik lagi
82	penting, karena salah satu sumber kebahagiaan aku sebagai <i>NCTzen</i> and i feel free, excited, and happy when i'm around sijeuni
83	penting ga penting
84	penting karena bisa ngembaliin mood buruk dan bisa jadi motivasi
85	Sangat penting, karena mereka yg selalu memberikan semangat ketika sedang merasa tidak baik
86	Penting, karna bikin semangat
87	penting sebagai hiburan dan bisa mengembalikan mood saya yg berantakan
88	walupun dulu bias awal saya taeil kutu kupret, tapi nct tetap dihati dan penting di hidupku deh ka
89	sangat penting

No Responden	Menurut anda, seberapa penting NCT bagi hidup anda
90	Bagi saya Nct merupakan semangat ditengah kesibukan yang membuat diri menjadi lelah. Dengan menonton atau mendengarkan MV mereka dapat meningkatkan semangat untuk kembali beraktivitas. Seringkali nct menjadi satu-satunya kebahagiaan yang bisa didapatkan secara instan hanya dengan menonton video lucu mereka. Nct bukan hanya sebuah grup idol K-Pop, bagi saya mereka benar-benar sesuatu yang dapat membuat orang lain bahagia, penghilang kesedihan, menambah semangat.
91	Penting sekali, karna NCT yang menguatkan saya dan moodboster
92	Sekedar hiburan
93	Penting banget, Karna NCT aku bisa move on dan menikmati hidup
94	50%
95	fifty fifty, saya penggemar tetapi tidak terlalu fanatik jadi biasa biasa saja hanya sesekali membeli album dan mendukung lewat streaming maupun drama namun makin kesini memang semakin jarang semenjak muncul nct unit terbarunya
96	75%
97	netral
98	8/10
99	menurut saya cukup penting, karena untuk menghibur saya ketika sedang badmood atau suntuk dengan konten konten mereka.
100	penting tapi sekarang sudah sekedarnya semenjak bekerja



Hasil Kuesioner Terbuka Perilaku Fan Entrepreneurship (X3)

No Responden	Menurut anda, apakah anda sebagai <i>NCTzen</i> merasa puas apabila dapat berwirausaha dibidang yang anda sukai
1	Puas
2	Jika saya mempunyai usaha mungkin sangat puas karena sekarang nct sedang populer jadi sangat mungkin hal-hal yang dijual berbaur nct akan sangat diminati
3	Sangat puas sekali
4	Sangat puas karena tidak sulit dalam menentukan target pasar
5	Puas
6	Sangat puas
7	Iya
8	puas!!
9	Puas. Karena kepuasan para pembeli adalah kebahagiaan bagi penjual
10	menurut saya, jika kita menyukai sesuatu dan membuka usaha di bidang yang kita sukai dan minati tentu saja akan merasa puas, namun tetap harus berpikir untuk membuat inovasi lain karena kesukaan terhadap sesuatu biasanya tidak bertahan selamanya sehingga diperlukan adanya inovasi lain dalam berwirausaha.
11	Puas
12	puas, dibidang merchandise atau jastip
13	Puas
14	puas bgt
15	iyaa
16	Iya puas
17	puass
18	Sangat puas
19	Puas, karena jika berwirausaha di bidang yang disukai, tentu rasanya lebih menyenangkan
20	Ya merasa puas, karena berwirausaha sesuai bidang kita pasti kita akan lebih enjoy menjalaninya
21	puas
22	mungkin iya soalnya belum pernah mencoba
23	Sepertinya akan puas bila saya akan jadi wirausaha, karena saya belum pernah mencobanya.
24	Puas karena bisa menyalurkan hobi menjadi sebuah usaha
25	pastinya merasa puas apabila memiliki usaha di bidang yang saya sukai
26	Sangat puas
27	puass, lebih enjoy dlm berwirausaha karena pada bidang yang disukai
28	ya, puas
29	Puas
30	Iya saya merasa puas
31	Sangat puas

No Responden	Menurut anda, apakah anda sebagai <i>NCTzen</i> merasa puas apabila dapat berwirausaha dibidang yang anda sukai
32	Ya
33	SUKA BANGET
34	Puas, sangat puas. Karena selain bekerja dan menghasilkan uang, saya bisa menjalani pekerjaan sesuai dengan yang saya mau atau sukai
35	Sangat puas
36	Merasaa sangat puas, dari satu sisi kita bisa mengenal nct zen ditambah lagi mereka juga membeli dagangan kita itu yg bikin namah suka dengan mereka
37	Sangat puas
38	puas dong, harus dicoba berwirausaha dibidang yg lg disukai biar kerjanya enjoy mungkin butuh up to date dan interaktif ya sesama <i>NCTzen</i> biar mereka mengenal produk dan juga brand usaha kita
39	Puas, ngefangirl sekaligus berwirausaha. Ngga cuma ngebuang uang tapi juga menghasilkan uang
40	Puas
41	puas
42	Jelas sangat puas, karena bagaimana sekali umpan dua tiga pulau terlampaui. Maksudnya disaat kita berwirausaha kita dapat sukanya dan ada hasilnya mungkin berupa uang dan bahagia
43	Tentu saja puas, selain dapat membantu orang-orang yang mencari merchandise. Saya juga suka, karena saya dapat menikmatinya sendiri.
44	ya saya puas. karena seperti ketika saya membuat sesuatu yang berhubungan dengan NCT dan orang lain menyukai hasil saya itu benar-benar menjadi kepuasan tersendiri
45	Puas tapi tidak terlalu puas, mengapa? karena saya mempunyai bakat di bidang lain jdi mungkin kewirausahaan ini hanya pada saat saya free saja atau saat saya sedang tidak terlalu sibuk
46	puass karena hati kita juga senangg
47	sangat
48	ya
49	iya saya puas
50	Iya
51	puas, karena saya dapat memanfaatkan kesukaan saya untuk menghasilkan uang dan saya pasti lebih enjoy melakukannya
52	iya, karena berwirausaha sesuai dengan hobi
53	Cukup puas
54	sangat puas, karena sebuah pencapaian yang baik
55	sangat puas
56	Sangat puas
57	iyaa puas
58	Kurang puas, karena saya tidak berwirausaha di bidang K-pop.
59	Iya karena dapat uang dan keuntungan

No Responden	Menurut anda, apakah anda sebagai <i>NCTzen</i> merasa puas apabila dapat berwirausaha dibidang yang anda sukai
60	ya
61	sangat puas karena dapat berwirausaha sesuai dengan bidang yang disukai, sehingga dapat memberikan semangat untuk melakukan wirausaha untuk mendapatkan keuntungan.
62	iya
63	Tentu saja merasa puas, menggeluti bidang usaha yang saya sukai adalah hal yang bagus, berani dan lebih fleksible untuk diri saya
64	Sangat puas Krn sesuai dg apa yg ingin kerjakan
65	Ya
66	puas
67	sangat puas
68	sangat puas
69	Iya
70	Ya sangat puas
71	Sangat puas
72	Puas
73	Puas benull
74	puas
75	Sangat puas tapi aku belum pernah coba
76	saya tentu akan merasa puas
77	Tentu saja saya akan merasa puas
78	yaa saya setujuu, tapi kadang rasa kurang percaya diri sangat menghambat usaha saya
79	puas
80	Cukup puas
81	Sangat, karna sulit menemukan perkerjaan sekaligus melakukan hobi
82	puas, karena target pasar kita sudah pas
83	sangat puas tapi saya tidak punya bakat berwirausaha
84	belum pernah mencoba tp mungkin puas karena bisa menjadikan hobi sebagai jembata berwirausaha jadi bawaannya happy
85	Iyaa puas
86	Puas
87	tentu sangat puas
88	puas karena menambah pengalaman
89	sangat puas
90	Saya akan merasa puas, sebab kita menjalani suatu aktivitas yang kita gemari.
91	Puas
92	Iya merasa puas
93	Tentu saja
94	puas kalau usahanya dapat diterima banyak orang

No Responden	Menurut anda, apakah anda sebagai <i>NCTzen</i> merasa puas apabila dapat berwirausaha dibidang yang anda suka
95	ya, puas
96	Pasti sangat puas
97	iya
98	ya, saya sangat puas jika saya dapat berwirausaha dibidang yang saya suka
99	bisa jadi saya merasa puas, karena pasarnya cukup luas
100	tentu



Hasil Kuesioner Minat Berwirausaha (Y)

No Responden	Menurut anda, seberapa jauh peluang yang ada dapat membuat anda berminat untuk berwirausaha
1	Sangat berpeluang terutama dimasa teknologi saat ini dimana jangkauannya sangat luas dan mudah
2	Tidak ada, karena tidak bakat berwirausaha
3	80%
4	Peluangnya cukup besar karena say juga sudah pernah berwirausaha dalam bidang merch KPop
5	Peluang yang sesuai dengan minat atau passion seseorang sering kali memotivasi saya untuk terjun ke dunia wirausaha. Hal ini memberikan rasa kepuasan karena bisa mengerjakan sesuatu yang disukai.
6	Peluang cukup banyak dan luas karena pada era sekarang sudah dibantu dengan adanya teknologi sehingga untuk menjangkau pasar lebih mudah
7	Minat saya masih kurang dalam berwirausaha
8	cukup jauh.
9	Peluang sangat besar dan kesempatan sangat banyak
10	menurut saya, saya tidak punya peluang dan tidak berminat untuk berkecimpung di dunia wirausaha
11	Peluangnya besar jika dimulai dengan niat yang baik, strategi serta ide bisnis yang bagus dan unik
12	-
13	8
14	lumayan jauh 7/10 mungkin yaa
15	Karena saya hidup di keluarga yang mata pencahariannya sbg wirausaha, jadi saya tertarik untuk berwirausaha
16	7 dari 10
17	dapat memotivasi diri sendiri
18	Berwirausaha sekarang sangat mudah apalagi dengan luasnya jangkuan sosmed dan minat fans yang besar terhadap hal-hal yang berbau idola mereka. Jadi menurut saya peluang berbisnis dengan tema kwave saat ini sangatlah besar
19	Cukup jauh, mengingat <i>Korean wave</i> memiliki peminat yang besar di era sekarang. Hampir semua pecinta Hallyu terutama Kpopers memiliki jiwa konsumtif dan produktif yang tinggi untuk memuaskan kegiatan fangirling/fanboying
20	Peluang tersebut menarik minat saya karena saya percaya inovasi di bidang ini dapat memberikan dampak yang besar bagi konsumen ataupun bagi perkembangan bisnis saya
21	jauh dan cukup menjanjikan untuk sesama <i>NCTzen</i>
22	lumayan boleh di coba hihi
23	Sepertinya akan sangat jauh karena kita bekerja untuk diri kita sendiri dan tidak di perintah oleh orang lain.
24	50% karena saya sudah memiliki pekerjaan tetap yang lain
25	saya belum memiliki minat berwirausaha

No Responden	Menurut anda, seberapa jauh peluang yang ada dapat membuat anda berminat untuk berwirausaha
26	8/10, menurut saya dilihat dari kesenangan saya sendiri yang suka mengoleksi merchandise berbau nct saya selalu berfikir untuk menciptakan merch lain untuk dipakai sendiri dan diperjual belikan membuka peluang bisnis sekaligus memenuhi kesenangan diri sendiri
27	karena sering berinteraksi dengan <i>NCTzen</i> pwt saya yakin dengan peluang yang ada ketika ingin berwirausaha merch nct atau yang berhubungan dengan nct
28	lumayan besar, karena saya sempat berwirausaha dengan beberapa teman saya dengan berjualan keychain dan photocard holder
29	Sebelum berwirausaha alangkah baiknya kita riset pasar terlebih dahulu untuk mencari tau apakah ada/tidaknya peluang
30	Cukup jauh, karena sekarang ini zaman sudah serba digital jadi peluang untuk pemasarannya luas
31	Cukup jauh, karena sekarang ini banyak kpopers yang ingin membeli barang yang berkaitan dengan idolanya sehingga peluang untuk bisnis cukup besar
32	selama ada ide untuk membuat produk berhubungan dengan nct yang kira kira menarik untuk dibeli, saya akan yakin membuatnya. sebelum itu tentu saya juga harus menyukai produk yg saya buat sebagai <i>NCTzen</i> . dengan begitu saya bisa mengetahui selera orang lain dan peluang berwirausaha
33	Dengan populasi penggemar K-Pop, K-Drama, dan budaya Korea yang terus berkembang, pasar global yang besar memberikan banyak peluang bisnis
34	60% saya memiliki bisnis planning, tetapi belum bisa direalisasikan karena masih banyak kekurangan.
35	Peluang berwirausaha sangat besar apalagi indonesia merupakan fans terbesar grup K-Pop terutama nct jadi mudah untuk melakukan wirausaha
36	Mungkin untuk peluang tergantung niat saja, kalau niat pasti peluang nya akan lebih besar
37	70%
38	ketawa bgt kebutuhan <i>NCTzen</i> tuh sangat banyak 😊.. kalo peluang berminat berwirausaha mungkin ada di 5/10 ya, aku kurang yakin bisa berwirausaha dibidang ini atau engga tp mungkin bisa dicoba..
39	Selama mungkin karena makin kesini yang minat dengan per korean makin bertambah dan itu memungkinkan usaha fanmade berjalan terus
40	Sejauh ini belum minat, jadi konsumen aja
41	sangat banyak
42	Belum terlalu berminat untuk berwirausaha
43	Sedikit, karena saya tidak terlalu menyukainya. Kemungkinan karena saya hanya berpengalaman di daerah sekolah, bukan di tempat yang luas.
44	karena minat masyarakat terhadap dunia kpop tinggi, berwirausaha dibidang ini melalui hal-hal yang disukai fans cukup mejamin
45	peluang saya netral karena saya sibuk sekolah dan kegiatan sekolah yang masyaallah banyak nya.jadi kaya susah banget buat atur waktu buat begitu2,dan kalau udh sampai rumah rasanya kaya mau istirahat

No Responden	Menurut anda, seberapa jauh peluang yang ada dapat membuat anda berminat untuk berwirausaha
46	Bagi saya, peluang berwirausaha bisa menjadi sangat menarik jika kita memiliki ide inovatif yang dapat memenuhi kebutuhan . Selain itu, kemampuan untuk belajar dan beradaptasi dengan cepat sangat penting untuk memanfaatkan peluang tersebut secara efektif.
47	cukup banyak
48	.
49	cukup jauh, karena tingginya permintaan pasar saat ini sangat membuka peluang usaha
50	Ketertarikan besar saya untuk berwirausaha dan menyesuaikan selera pasar. Serta pernah melakukannya
51	sangat jauh, karena zaman sekarang sudah banyak platform seperti ecommerce atau sosial media sehingga kita dapat memasarkan produk kita kepada NCTzen/kpopers di daerah manapun
52	8/10
53	Saya kurang berminat berwirausaha
54	cukup jauh karena zaman sekarang semuanya serba digitalisasi sehingga lebih mudah
55	cukup jauh
56	Antusiasme NCTzen yang suka membeli fammerch
57	70%
58	Mungkin peluang lingkungan yang mendukung.
59	Memanfaatkan peluang sangat penting sebagai wirausaha karena bisa menjadi salah satu sumber penghasilan
60	sangat besar peluang jika memiliki modal yg cukup
61	mungkin 60%
62	mendapatkan peluang tambahan
63	Minat usaha saya cukup tinggi, dan saya rasa peluang masih ada dibalik tingginya saingan bisnis wirausaha saat ini. Yang terpenting mental usaha yang tidak mudah menyerah dan putus asa. Pasti akan menghasilkan tentunya
64	Bisa untuk kebebasan finace di masa depan Jd harus berusaha maksimal. Krn Jd karyawan tak menjamin di tahun" berikutnya
65	Banyak peluang, dan banyak kemungkinan
66	belum tau soalnya belum minat😊
67	lumayan
68	karena belum terlalu lama berwirausaha ,masih belum bisa menilai seberapa jauhnya peluang
69	.
70	Sejauh saya mempunyai modal usaha
71	Masih belum cukup
72	-
73	Peluang banyak tapi saya yg blm mau bergerak
74	sejauh mungkin sksk
75	Peluang sangat banyak waktunya yang susah

No Responden	Menurut anda, seberapa jauh peluang yang ada dapat membuat anda berminat untuk berwirausaha
76	sangat jauh karena produk sangat beragam
77	Dalam berwirausaha, saya dapat berkreasi dengan produk yang saya buat. Membuat saya merasa bangga dan puas apalagi jika orang-orang juga suka dengan produk yang saya buat.
78	karena saya adalah seseorang yang sangat tertarik dengan kreatifitas jadi menurut saya itu sangat meningkatkan mood saya (note : usaha yang sedang saya rintis adalah meronce beads)
79	cukup tinggi, karena saya pun jurusan manajemen, sudah banyak mengetahui bagaimana cara mengelola bisnis/berwirausaha
80	Masih sedikit peluang karena fokus sehari-hari saat ini sebagai karyawan swasta
81	Tidak terlalu banyak peluang untuk bisa bersaing dengan produk yang sudah ada, tapi dengan inovasi, penyesuaian minat dan trend serta pemasaran yang baik mungkin peluang dapat meningkat
82	sangat besar asal ada kemauan, kalo ada kemauan pasti ada modal. Kalo modal tanpa kemauan percuma
83	50 persen
84	untuk saat ini belum ada rencana mungkin 3-4 tahun kedepan bisa ada minat untuk berwirausaha
85	Banyak peluangnya sehingga menjadi lebih bersemangat
86	Tidak terpikirkan
87	Peluang yang jelas, sesuai minat, dan berisiko terukur akan menarik bagi saya untuk berwirausaha, mungkin (?)
88	belum terpikirkan ka, tapi semoga berminat tinggi
89	50%
90	Melihat semakin banyak antusiasme penggemar Korea, terutama pada KPop dan kdrama semakin besar peluang untuk menarik minat pembeli. Sebab kita sudah paham pasarnya, apa yang menarik bagi pecinta Korea, dan mengalami sendiri.
91	70%
92	Baru merencanakan karena melihat peluang yang ada
93	70%
94	45% semangat berwirausaha
95	peluang yang jelas, seperti kebutuhan pasar yang belum terpenuhi, dukungan modal, serta potensi keuntungan yang realistis, dapat sangat memotivasi saya untuk berwirausaha. semakin besar peluang dan minim risiko, semakin besar minat saya untuk mencobanya.
96	80%
97	sekitar 50-80%
98	7/10
99	peluang berwirausaha sangat besar jika kita bisa melihat kebutuhan pasar atau tren yang belum terpenuhi. selama peluangnya relevan dengan minat dan skill, serta ada dukungan yang memadai, minat untuk memulai usaha pasti meningkat.
100	tingginya minat pada kpop

Lampiran 5 - Hasil Uji Validitas

Hasil Uji Validitas Variabel *Korean wave* (X1)

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.116	.234*	.160	.471**	.195	.623**
	Sig. (2-tailed)		.251	.019	.112	.000	.051	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.116	1	.170	.218*	.206*	.202*	.544**
	Sig. (2-tailed)	.251		.090	.029	.040	.043	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.234*	.170	1	.259**	.246*	.282**	.620**
	Sig. (2-tailed)	.019	.090		.009	.014	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.160	.218*	.259**	1	.098	.297**	.569**
	Sig. (2-tailed)	.112	.029	.009		.333	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.471**	.206*	.246*	.098	1	.085	.628**
	Sig. (2-tailed)	.000	.040	.014	.333		.401	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.195	.202*	.282**	.297**	.085	1	.543**
	Sig. (2-tailed)	.051	.043	.004	.003	.401		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.623**	.544**	.620**	.569**	.628**	.543**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Variabel Fanatisme (X2)

Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL_X2
X2.1 Pearson Correlation	1	.316**	.309**	.220*	.132	.091	.567**
Sig. (2-tailed)		.001	.002	.028	.190	.368	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2 Pearson Correlation	.316**	1	.400**	.371**	.104	.098	.572**
Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.302	.330	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3 Pearson Correlation	.309**	.400**	1	.377**	.092	.306**	.683**
Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	.363	.002	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4 Pearson Correlation	.220*	.371**	.377**	1	.085	.153	.556**
Sig. (2-tailed)	.028	.000	.000		.400	.130	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5 Pearson Correlation	.132	.104	.092	.085	1	.276**	.556**
Sig. (2-tailed)	.190	.302	.363	.400		.006	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6 Pearson Correlation	.091	.098	.306**	.153	.276**	1	.593**
Sig. (2-tailed)	.368	.330	.002	.130	.006		.000
N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X2 Pearson Correlation	.567**	.572**	.683**	.556**	.556**	.593**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Fan Entrepreneurship (X3)

Correlations							
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TOTAL_X3
X3.1 Pearson Correlation	1	.302**	.222*	.292**	.303**	.240*	.577**
Sig. (2-tailed)		.002	.027	.003	.002	.016	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
X3.2 Pearson Correlation	.302**	1	.601**	.591**	.303**	.090	.734**
Sig. (2-tailed)	.002		.000	.000	.002	.375	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
X3.3 Pearson Correlation	.222*	.601**	1	.574**	.153	.115	.665**
Sig. (2-tailed)	.027	.000		.000	.129	.254	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
X3.4 Pearson Correlation	.292**	.591**	.574**	1	.420**	.078	.733**
Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000		.000	.443	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
X3.5 Pearson Correlation	.303**	.303**	.153	.420**	1	.205*	.617**
Sig. (2-tailed)	.002	.002	.129	.000		.041	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
X3.6 Pearson Correlation	.240*	.090	.115	.078	.205*	1	.525**
Sig. (2-tailed)	.016	.375	.254	.443	.041		.000
N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X3 Pearson Correlation	.577**	.734**	.665**	.733**	.617**	.525**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Variabel Minat Berwirausaha (Y)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	TOTAL_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.762**	.398**	.508**	.342**	.124	.705**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.001	.220	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.762**	1	.374**	.544**	.289**	.082	.641**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.004	.418	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.398**	.374**	1	.377**	.443**	.240*	.703**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.016	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.508**	.544**	.377**	1	.487**	.172	.696**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.087	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	.342**	.289**	.443**	.487**	1	.181	.659**
	Sig. (2-tailed)	.001	.004	.000	.000		.071	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.6	Pearson Correlation	.124	.082	.240*	.172	.181	1	.548**
	Sig. (2-tailed)	.220	.418	.016	.087	.071		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.705**	.641**	.703**	.696**	.659**	.548**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 6 - Hasil Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Korean wave* (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.621	.623	6

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Fanatisme (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.604	.631	6

Hasil Uji Reliabilitas Perilaku Fan Entrepreneurship (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.691	.719	6

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Berwirausaha (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.707	.767	6

Lampiran 7 - Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.97701330
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.039
	Negative	-.080
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.111 ^c

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 8 - Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	<i>Korean wave</i>	.714	1.402
	Fanatisme	.613	1.633
	Perilaku Fan	.525	1.906
	Entrepreneurship		

- a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Lampiran 9 - Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.122	2.446		.050	.960
	<i>Korean wave</i>	.003	.114	.003	.027	.979
	Fanatisme	.093	.092	.130	1.004	.318

Perilaku Fan Entrepreneurship	-0.095	.102	-.131	-.938	.351
----------------------------------	--------	------	-------	-------	------

a. Dependent Variable: LN_RES

Lampiran 10 - Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.686	2.375		.710	.480
	<i>Korean wave</i>	.369	.111	.266	3.333	.001
	Fanatisme	.039	.090	.037	.433	.666
	Perilaku Fan Entrepreneurship	.584	.099	.551	5.914	.000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Lampiran 11 - Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.751 ^a	.563	.550	2.008

a. Predictors: (Constant), Perilaku Fan Entrepreneurship, *Korean wave*, Fanatisme

Lampiran 12 - Hasil Uji t (Uji Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.686	2.375		.710	.480
	<i>Korean wave</i>	.369	.111	.266	3.333	.001
	Fanatisme	.039	.090	.037	.433	.666
	Perilaku Fan Entrepreneurship	.584	.099	.551	5.914	.000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Lampiran 13 - Hasil Uji F (Uji Simultan)

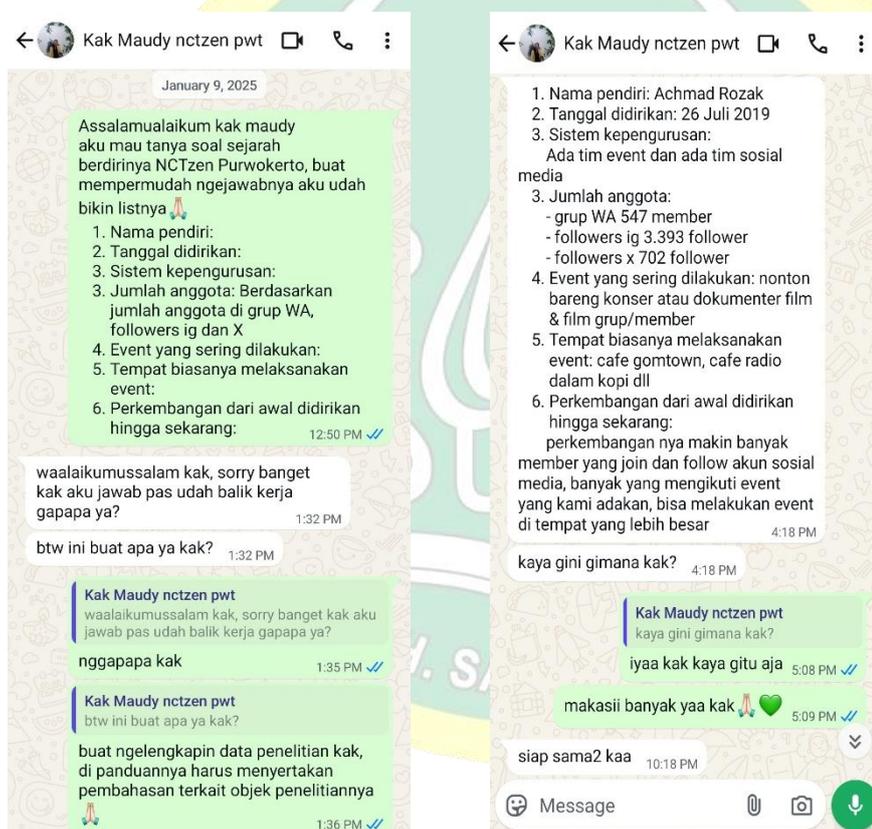
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	499.160	3	166.387	41.280	.000 ^b
Residual	386.950	96	4.031		
Total	886.110	99			

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

b. Predictors: (Constant), Perilaku Fan Entrepreneurship, *Korean wave*, Fanatisme

Lampiran 14 – Bukti Wawancara



Lampiran 15 - Penyebaran Kuesioner

Kuesioner Pengaruh Korean Wave, Fanatisme, dan Perilaku Fan Entrepreneurship Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Penggemar K-Pop di Komunitas NCTzen Purwokerto)

Assalamu'alaikum wr.wb

Perkenalkan saya Ani Azizah, mahasiswi program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang saat ini sedang melakukan penelitian untuk skripsi, dengan ini saya memohon kesediaan saudara/i untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner saya dengan kriteria sebagai berikut:

1. Berusia 15-30 tahun

Benita nctzen online

Messages and calls are end-to-end encrypted. Only people in this chat can read, listen to, or share them. Learn more.

December 12, 2024

Kuesioner Pengaruh Korean Wave, Fanatisme, dan Perilaku ...
Assalamu'alaikum wr.wb Perkenalka...
bit.ly

Assalamu'alaikum wr.wb

Annyeong NCTzen Purwokerto 🙋
Sebelumnya mohon maaf saya mendapatkan nomor kakak dari grup NCTzen Purwokerto. Perkenalkan saya Ani Azizah, mahasiswi program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang saat ini sedang melakukan penelitian untuk keperluan tugas akhir atau skripsi, dengan ini saya memohon kesediaan saudara/i untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner penelitian saya. Berikut link kuesionernya <https://bit.ly/KuesionerMinatBerwirausahaNCTzenPWT>

Atas perhatian dan partisipasinya saya ucapkan terimakasih. 5:26 PM

ayu alfiani >
ayualfn.nh

EKSPERIMEN DAN DISKUSI ISUATI MATA PELAJARAN...
K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang saat ini sedang melakukan penelitian untuk skripsi, dengan ini saya memohon kesediaan saudara/i untuk berpartisipasi dalam p...

Assalamu'alaikum wr.wb

Annyeong NCTzen Purwokerto 🙋
Sebelumnya mohon maaf saya mendapatkan nomor kakak dari grup NCTzen Purwokerto. Perkenalkan saya Ani Azizah, mahasiswi program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang saat ini sedang melakukan penelitian untuk keperluan tugas akhir atau skripsi, dengan ini saya memohon kesediaan saudara/i untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner penelitian saya. Berikut link kuesionernya <https://bit.ly/KuesionerMinatBerwirausahaNCTzenPWT>

Atas perhatian dan partisipasinya saya ucapkan terimakasih.

Tap and hold to summarize with Meta AI

ela

docs.google.com
Kuesioner Pengaruh Korean Wave, Fanatis...

Assalamu'alaikum wr.wb

Annyeong NCTzen Purwokerto 🙋

sebelumnya mohon maaf saya mendapatkan unama akun kakak dari followers akun nctzenpwt. Perkenalkan saya Ani Azizah, mahasiswi program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang saat ini sedang melakukan penelitian untuk keperluan tugas akhir atau skripsi, dengan ini saya memohon kesediaan saudara/i untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner penelitian saya. Berikut link kuesionernya <bit.ly/KuesionerMinat...>

Atas perhatian dan partisipasinya saya ucapkan terimakasih. 3:51 PM - Sent

Lampiran 16 - Surat Pernyataan Kesiediaan Menjadi Pembimbing



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febi.unsaizu.ac.id

SURAT PERNYATAAN
KESEDIAAN MENJADI PEMBIMBING SKRIPSI

Berdasarkan surat penunjukan oleh Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri No. 917/Un.19/FEBI.J.Es/PP.009/5/2024 tentang usulan menjadi pembimbing skripsi atas nama:

Nama : Ani Azizah

NIM : 214110201141

Judul Skripsi : Pengaruh Budaya *Korean Wave*, Fanatisme dan Perilaku *Fan Entrepreneurship* Terhadap Minat Berwirausaha *Merchandise K-Pop* Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada *NCTzen* di Purwokerto)

Saya menyatakan bersedia / tidak bersedia *) menjadi pembimbing skripsi mahasiswa yang bersangkutan.

Purwokerto, 15 Mei 2024

Umdah Aulia Rohmah, M.H.



Lampiran 17 - Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 1861/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/11/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Ani Azizah
NIM : 214110201141
Program Studi : Ekonomi Syariah
Pembimbing Skripsi : Umdah Aulia Rohmah, M.H.
Judul : Pengaruh Budaya Korean Wave, Fanatisme dan Perilaku Fan Entrepreneurship Terhadap Minat Berwirausaha Merchandise K- Pop (Studi Kasus pada Penggemar K-Pop di Komunitas NCTzen Purwokerto)

Pada tanggal 25 November 2024 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan **LULUS**, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 29 November 2024
Koord. Prodi Ekonomi Syariah

H. Sochimim, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001



Lampiran 18 - Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF

Nomor: 747/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/4/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Ani Azizah

NIM : 214110201141

Program Studi : Ekonomi Syariah

Pada tanggal 11 April 2025 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **85 / A-**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk mendaftar ujian munaqasyah.

Purwokerto, 14 April 2025
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dr. H. Sochimim, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

K.H. SAIFUDDIN ZUHRI

Lampiran 19 - Sertifikat KKN



The certificate features a decorative border with green and yellow wavy patterns. At the top right, there are three logos: the UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri logo, the LPPM logo, and the KAMPUS logo. The main title 'Sertifikat' is in a large, bold, green font. Below it, the certificate number is provided. The issuing institution is identified as LPPM Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. The student's name and NIM are listed. The text states that the student has completed the KKN program and is declared to have passed with a grade of 91 (A). A small portrait of the student and a QR code for validation are included at the bottom.

Sertifikat

Nomor Sertifikat : 0241/B-777/Un.19/K.LPPM/HM.02/1/2025

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM)
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menyatakan bahwa:

Nama Mahasiswa : **ANI AZIZAH**
NIM : **214110201141**

Telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan ke-55 Tahun 2024,
dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **91 (A)**.



Certificate Validation

SAIFUDDIN

Lampiran 20 - Sertifikat PPL



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SERTIFIKAT

Nomor: B-1628/Un.19/LAB.FEBI/PP.009/10/2024

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

NAMA : ANI AZIZAH
NIM : 214110201141
Prodi : EKONOMI SYARIAH

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun 2024 mulai bulan Juli 2024 sampai dengan Agustus 2024 dan dinyatakan Lulus dengan mendapatkan nilai **A**

Sertifikat ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian Munaqosyah/Sknripsi.

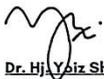
Mengetahui,
Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

Purwokerto, 20 September 2024

Kepala Laboratorium
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hji Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.
NIP. 19781231 200801 2 027



Lampiran 21 - Sertifikat PBM



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SERTIFIKAT

Nomor: B-476/Un.19/LAB.FEBI/PP.009/3/2024

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Program Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

NAMA : ANI AZIZAH
NIM : 214110201141

Telah mengikuti Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode I Tahun 2024 dan Dinyatakan Lulus Dengan Nilai **88 A** .

Mengetahui,
Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

Purwokerto, 25 Maret 2024

Kepala Laboratorium
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Hji. Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.
NIP. 19781231 200801 2 027

Lampiran 22 - Sertifikat BTA PPI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
UPT MA'HAD AL-JAMI'AH

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah 53126, Telp: 0281-635624, 628250 | www.uinsaizu.ac.id

SERTIFIKAT

Nomor: Un.17/UPT.MAJ/391/02/2023

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri kepada:

ANI AZIZAH

(NIM: 214110201141)

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI) dengan nilai sebagai berikut:

Tulis	: 90
Tartil	: 85
Imla'	: 80
Praktek	: 80
Tahfidz	: 85



ValidationCode

Lampiran 23 - Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab



MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS OF THE REPUBLIC OF INDONESIA
STATE ISLAMIC UNIVERSITY PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia | www.uinsaizu.ac.id | www.bahasa.uinsaizu.ac.id | +62 (281) 635624

وزارة الشؤون الدينية بجمهورية إندونيسيا
جامعة الأستاذ كياي الحاج سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بوروكرتو
الوحدة لتنمية اللغة

CERTIFICATE

الشهادة

NoB-6096/Un.19/K.Bhs/PP.009/ 1/2022

This is to certify that

Name :

Place and Date of Birth

Has taken

with Computer Based Test,

organized by Language Development Unit on :

with obtained result as follows :

Listening Comprehension: 58

فهم السموع

Structure and Written Expression: 60

فهم العبارات والتراكيب

Reading Comprehension: 55

فهم المقروء

Obtained Score :

577

المجموع الكلي :

The test was held in UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto.

تم إجراء الاختبار بجامعة الأستاذ كياي الحاج سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بوروكرتو.



EPTUS
English Proficiency Test of UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI

IQLA
Iktibarat al-Qudrah 'ala al-Lughah al-'Arabiyyah

Purwokerto, 10 Januari 2022

The Head of Language Development Unit,

رئيسة الوحدة لتنمية اللغة

Muflihah, S.S., M.Pd.
NIP.19720923 200003 2 001

Lampiran 24 - Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris



MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS OF THE REPUBLIC OF INDONESIA
STATE ISLAMIC UNIVERSITY PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia | www.uinsaizu.ac.id | www.bahasa.uinsaizu.ac.id | +62 (281) 635624

وزارة الشؤون الدينية بجمهورية إندونيسيا
جامعة الأستاذ كياي الحاج سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بوروكرتو
الوحدة لتنمية اللغة

CERTIFICATE

الشهادة

No.:B-615/Un.19/K.Bhs/PP.009/ 2/2022

This is to certify that

Name :

Place and Date of Birth

Has taken

with Computer Based Test,

organized by Language Development Unit on :

with obtained result as follows :

Listening Comprehension: 41

فهم السموع

Structure and Written Expression: 52

فهم العبارات والتراكيب

Reading Comprehension: 52

فهم المقروء

Obtained Score :

483

المجموع الكلي :

The test was held in UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto.

تم إجراء الاختبار بجامعة الأستاذ كياي الحاج سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بوروكرتو.



EPTUS
English Proficiency Test of UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI

IQLA
Iktibarat al-Qudrah 'ala al-Lughah al-'Arabiyyah

Purwokerto, 07 Februari 2022

The Head of Language Development Unit,

رئيسة الوحدة لتنمية اللغة

Muflihah, S.S., M.Pd.
NIP.19720923 200003 2 001

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Ani Azizah
2. NIM : 214110201141
3. Tempat/Tanggal Lahir : Brebes, 26 Juni 2003
4. Alamat Rumah : Cilibur RT 08/RW 04, Kec. Paguyangan
5. Nama Orang Tua
Nama Ayah : Muhammad Maskuri
Nama Ibu : Mar'ah
6. E-Mail : aniazizah173@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. SD : SDN 01 Cilibur, 2015
2. SMP : SMP Muhammadiyah 03 Paguyangan, 2018
3. SMA : SMK Muhammadiyah 02 Paguyangan, 2021
4. S1 : UIN Saizu Purwokerto, 2021

C. Pengalaman Organisasi

1. Anggota KSEI FEBI UIN Saizu Purwokerto (2021)
2. Anggota KSPM FEBI UIN Saizu Purwokerto (2021)

D. Pengalaman Magang

1. IBM Febi UIN Saizu Purwokerto (2022)
2. Bunad Food Baturaden (2024)

Purwokerto, 15 April 2025



Ani Azizah

NIM. 214110201141